Guia de Boas Práticas para o Turismo Sustentável

ROTA
REDE ESTRADA REAL

Rainforest Alliance

MIF FUMIN

INSTITUTO ESTRADA REAL

FIEMG

Índice

Prefácio I
Apresentação III
Introdução IV
Critérios globais de turismo sustentável V

Âmbito Empresarial

Introdução 1

1. Gestão da sustentabilidade 3
1.1 Política de sustentabilidade 3
1.2 Políticas empresariais 5
1.3 Planejamento 6

2. Gestão da qualidade 10
2.1 Processos e procedimentos 11
2.2 Administração e direção 12
2.3 Suprimento e fornecedores 13
2.4 Monitoramento e ações corretivas 15

3. Gestão de recursos humanos 19
3.1 Manuais e procedimentos 20
3.2 Capacitação de pessoal 22
3.3 Avaliação de desempenho 23

4. Gestão financeira e contábil 21
4.1 Sistema financeiro e contábil 21
4.2 Orçamentos 22

5. Gestão da segurança 24

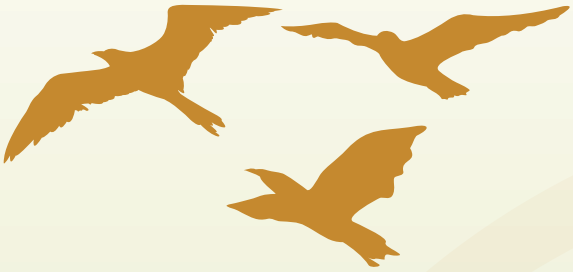
6. Gestão da comunicação e marketing 27
6.1 Comunicação 27
6.2 Marketing 28
Mantenha-se informado 31

Âmbito Sociocultural

Introdução 35
1 A empresa turística contribui para o desenvolvimento local de sua comunidade 36
2 A operação turística prevê o respeito às culturas e populações locais 42
3 A empresa e a comunidade devem empreender ações que favoreçam o resgate e a proteção do patrimônio histórico-cultural 50
4 A empresa e a comunidade oferecem atividades culturais como parte do produto turístico 57
Mantenha-se informado 60

Âmbito Ambiental

Introdução 63
1 Aquecimento global 64
2 Recurso água 68
3 Recurso energia 72
4 Biodiversidade 78
5 Biodiversidade nos jardins 81
6 Áreas naturais protegidas e de conservação 84
7 Reservas naturais privadas 88
8 Contaminação 91
9 Dejetos sólidos 95
10 Educação ambiental 100
Mantenha-se informado 103
Implementando boas práticas e outros pontos de interesse geral para as empresas turísticas 108
Glossário 111
Créditos 117



Prefácio

Embora o termo *turismo* seja relativamente novo (a palavra *turismo* foi usada pela primeira vez em 1811), o conceito de turismo como atividade (viajar para fins recreativos ou por prazer) é muito antigo. Associa-se com o desejo de visitar e conhecer novos lugares, pessoas, civilizações e, também, com entretenimento, bem-estar e educação. Contudo, desde Ulisses e suas longas viagens os exploradores do antigo mundo e do novo e os pioneiros das viagens organizadas muitas coisas mudaram, e o turismo se converteu em uma indústria. A rápida expansão do turismo ocorreu depois da década de 1950 e desde então o alto nível de crescimento das viagens e do turismo, comparável com o aumento da produção durante a Revolução Industrial, estabeleceu uma indústria que hoje em dia é o setor empresarial com maior atividade econômica no mundo.

Devido ao fato de ser uma indústria tão grande, o turismo é muito estudado em termos de seus impactos no ambiente, na cultura e nas sociedades. Algumas opiniões apontam para o poder do turismo em contribuir para o crescimento econômico, enquanto que outras enfatizam os impactos negativos nos ecossistemas, nas sociedades indígenas e no patrimônio cultural. É difícil atribuir uma só característica negativa ou positiva ao turismo em termos de sua relação com o desenvolvimento sustentável. O turismo não é simplesmente bom ou ruim; pode ser ambos, dependendo do modo como se planeja, se desenvolve e se maneja. A boa maneira de fazer isso chama-se "turismo sustentável". Todavia, existe certa confusão sobre o que é o

turismo sustentável e sobre o modo como uma companhia deve promovê-lo. Para os empresários do setor de Turismo, provavelmente é repetitivo falar de turismo sustentável, mas é emocionante colocar em prática o que se diz e envolvê-los nas atividades que podem transformar seus negócios e dar-lhes uma nova vantagem competitiva.

Esta publicação apresenta as práticas das empresas que se revelaram bem-sucedidas, as quais podem ser facilmente implementadas por outras empresas e que podem ajudá-las a ser sustentáveis e rentáveis. O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente está apoiando as organizações que desejam internalizar o turismo sustentável em suas agendas, programas de trabalho e atividades. A Rainforeste Alliance é um sócio muito importante do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente nesse esforço, e é sempre um prazer dar as boas-vindas a um de seus novos trabalhos. Esperamos que as boas práticas descritas nesta publicação sejam implementadas ou adaptadas por muitas outras empresas e que criem novo valor para os negócios, o ambiente e a sociedade.

Dr. Stefanos Fotiou
Coordenador do Programa de Turismo
Programa de las Naciones Unidas para el Meio Ambiente

Prefácio

A América Latina e o Caribe são a casa de grandes exemplares da riqueza natural e cultural do planeta. Infelizmente, ao longo dos anos, mesmo com a existência deles, os povos locais não têm conseguido crescer e se desenvolver de forma sustentável e equilibrada.

Considerando isso, em 1993, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) criou o Fundo Multilateral de Investimentos (Fumin) e encomendou como sua tarefa principal promover o crescimento econômico da região. O BID/Fumin buscam isso por meio do desenvolvimento do setor privado, com o fortalecimento, em especial, das micro, pequenas e médias empresas.

Como parte dessa estratégia, o Fumin decidiu concentrar seus esforços no suporte a grupos de projetos (clusters) que permitem aos seus participantes se apoiarem e buscar o fortalecimento em conjunto. Sabendo que a grande diversidade cultural e natural dava condições insuperáveis para o setor turístico do continente, se estabeleceu o cluster de turismo sustentável (CTS) com o propósito de alcançar a competitividade das micro, pequenas e médias empresas do setor.

Eventualmente, verificou-se que muitos dos 25 projetos financiados pela CST, em seus primeiros anos, tinham sua competitividade e sustentabilidade afetadas por deficiências metodológicas ou pela ausência de processos ou ferramentas que lhes permitissem avançar com maior eficácia. Decidiu-se então buscar soluções criativas e até mesmo alterações na metodologia que se assumiu, a fim de que fosse gerada uma mudança realmente significativa nas empresas de turismo.

Para dar lugar a uma segunda geração de iniciativas, se confirma que um dos principais desafios enfrentados pelas micro, pequenas e médias empresas turísticas é a limitada capacidade de comercialização, o que não lhes permite ser competitivas. A partir disso, o BID/Fumin decidiu dirigir os esforços para resolver essa desvantagem, promovendo o conhecimento, divulgação e compartilhamento de experiências entre novos projetos.

Essa é a razão pela qual hoje você tem em suas mãos o Guia de Boas Práticas para o Turismo Sustentável na versão em português. Ele é resultado da interação de dois projetos financiados pelo Fumin. Com ela, não só se evita a duplicação de esforços, como também se complementa e se compartilha produtos e resultados do projeto que impulsiona a Rainforest Alliance, há quase 10 anos na América Latina, com o Instituto Estrada Real, no Brasil. Uma experiência muito similar ao que Rainforest Alliance tem promovido, ao compartilhar experiências com o projeto Destino Paraíso da Colômbia, com a Rota Jesuíta e com a Pegadas Franciscana no Paraguai.

Em uma indústria dinâmica e mutante como a turística, o tempo é curto e não se justifica que cada nova iniciativa parta do zero, quando se pode tirar proveito do trabalho realizado com êxito por outros projetos. Se existem as ferramentas de capacitação, de assistência técnica e de promoção, o ideal é trocar esse conhecimento e poder encurtar o processo de início para abrir caminho ao desenvolvimento e ao bom desempenho. A roda já existe, não vale à pena tentar criá-la novamente.

Sr. Santiago Soler
Coordenador do Fundo Multilateral de Investimentos (FUMIN)

Prefácio

A Rede de Empresários da Estrada Real foi criada pelo Instituto Estrada Real (IER), em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), para reunir o empresariado do destino turístico em uma plataforma associativista. Juntos, esses empreendedores ganham a possibilidade da ampliação de negócios e vantagens exclusivas como divulgação ampliada e benefícios como cursos de capacitação.

A Rede integra e reúne os profissionais do turismo da Estrada Real em uma plataforma de negócios. Isso permite unir forças, aumentar a representatividade das empresas, criar sinergias e alianças e trocar informações que permitam adaptação rápida às exigências do mercado.

Além das vantagens da reunião em um grupo, o que fortalece cada uma das empresas, os associados da Rede de Empresários da Estrada Real possuem uma série de benefícios exclusivos. Eles recebem, do IER, grandes oportunidades como cursos de capacitação, destaque no Sistema de Informação Turística Georreferenciada da Estrada Real (SITGeo ER), espaço exclusivo de divulgação no website da Rede, direito a receber informações estratégicas do mercado turístico - construídas pelo Observatório do Turismo da ER, acesso a produtos e serviços do Sistema Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG).

O benefício exclusivo que apresentamos nesta Guia de Boas Práticas em Sustentabilidade integra a gama de vantagens oferecidas aos associados da Rede de Empresários. Aqui disponibilizamos às empresas informações trabalhadas pela ONG Rainforest Alliance, reconhecida internacionalmente na área de sustentabilidade. Trata-se de uma oportunidade para aplicação de ferramentas que somam economia nos negócios com respeito ao meio ambiente e à realidade local de cada empresa.

Dessa forma, a Rede de Empresários da Estrada Real envolve toda a cadeia produtiva do turismo buscando a capacitação do empresariado, para conferir excelência e ampliar a divulgação dos produtos e serviços oferecidos ao viajante. Os benefícios são duradouros para empreendimentos e para o destino.

Associe-se à ROTA ER. Saiba mais em www.estradareal.org.br.

Apresentação

Os princípios do turismo sustentável podem traduzir-se em práticas de gestão aplicáveis a todo tipo de empresa, em qualquer destino turístico. Estes princípios têm como propósito minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios da atividade turística no entorno sociocultural, ambiental e empresarial.

O Guia Boas Práticas para o Turismo Sustentável é uma ferramenta que permite os empresários do setor de Turismo adotar práticas de gestão sustentável de uma maneira simples e efetiva.

Esta publicação foi produzida pela Rede de Empresários da Estrada Real, por meio do Instituto Estrada Real, em parceria com a ONG Rainforest Alliance. Constitui uma leitura imprescindível àqueles empresários interessados em melhorar seu desempenho em sustentabilidade e acessar esse nicho de mercado. Ao mesmo tempo, sua apreciação é útil a profissionais e assessores que orientam seu trabalho para este segmento da indústria turística.

O Guia está organizado com base na gestão empresarial, disponibilizando recomendações e ações práticas para os três pilares da sustentabilidade, a saber: econômico, sociocultural e ambiental. Esclarece o leitor sobre a importância de cada tema, oferece uma motivação para atuar, proporciona recomendações concretas para implementar as boas práticas e destaca os benefícios que se obtém com elas e demonstra o quão simples pode ser aplicar estas mudanças na gestão empresarial mediante ações que foram implementadas em outras empresas.

Com esta estrutura, os leitores podem consultar os temas de seu interesse de maneira independente ou, ainda, estruturar um plano de ação integral para sua empresa.

Introdução

Atualmente, a atividade turística está amplamente estendida para todo o mundo. Sua influência direta sobre a economia de certas regiões ou países, especialmente aqueles que se encontram em vias de desenvolvimento, muitas vezes, é determinante para alcançar incentivos e índices de crescimento econômico.

O turismo como atividade produtiva pode ser amplamente benéfico, mas também consideravelmente destrutivo se não for manejado adequadamente, já que pode acabar com a riqueza dos patrimônios naturais e culturais de qualquer país. Essa realidade e o iminente risco de deterioração dos recursos, que surgem como consequência de diversas atividades econômicas, provocaram um forte movimento nos âmbitos local, nacional e internacional, a partir do interesse em converter as práticas tradicionais dos setores empresariais em práticas sustentáveis.

O princípio no qual se baseiam estas práticas, denominadas "responsáveis", ou "sustentáveis", que tentam modificar a forma de fazer negócios, é o do desenvolvimento sustentável, que se define como "um desenvolvimento capaz de atender às necessidades do presente sem comprometer a habilidade das gerações futuras para atender a suas próprias necessidades" (Bruntland,Our Common Future, 1987).

Atividade sustentável é aquela cujos impactos econômicos, sociais e ambientais permitem atender às necessidades do presente sem limitar a habilidade de satisfazê-las com o mesmo grau de plenitude no futuro.

Um desenvolvimento sustentável, ou a sustentabilidade, se alcança quando se atendem de forma balanceada a três princípios básicos:

1. *Econômico: a atividade se desenvolve com base em práticas empresariais adequadas, as quais asseguram o crescimento e a manutenção no tempo da empresa, com a qual se beneficiam os proprietários, empregados e vizinhos da comunidade onde se desenvolve o negócio.*

2. *Ambiental: a atividade se desenvolve considerando a forma como se utilizam os recursos naturais e, idealmente, aportando a sua conservação e cuidado.*

3. *Sociocultural: a atividade se realiza sem prejudicar ou afetar o tecido social existente na comunidade onde se desenvolve, prevendo-se todas as ações possíveis para respeitar a cultura local, preservá-la e revitalizá-la.*

Tomando como referência os aspectos anteriores, pode-se afirmar que uma empresa que pretende alcançar um desempenho operativo sustentável não é aquela que apenas promove economia e responsabilidade no uso de certos recursos, ou aquela que apenas se envolve com os projetos de sua comunidade, ou aquela que apenas investe na melhor infraestrutura, ou aquela que apenas promove a melhor qualidade de serviço. Os três pilares da sustentabilidade requerem uma harmoniosa combinação de todos estes elementos e ações.

Todas as ações que favorecem o melhor serviço e a responsabilidade operativa com base em um sistema de gestão sustentável são ferramentas de promoção que, desde que aproveitadas pelas empresas de forma eficaz, melhorarão seu acesso a mercados altamente interessados neste tipo de operação, serviços e/ou produtos responsáveis.

O propósito deste documento é identificar os principais elementos que devem ser considerados em qualquer proposta feita no âmbito do turismo sustentável. Além do mais, faz uma compilação de instrumentos que podem ser utilizados por qualquer pessoa ou instituição voltada para a área do turismo sustentável que pretenda ajustar seus modelos administrativos de acordo com mecanismos já existentes ou desenvolver os seus a partir da experiência de outros. São disponibilizados exemplos práticos, referências e ferramentas que atualmente são utilizadas em âmbito internacional e em diversos destinos turísticos.

Critérios globais de turismo sustentável

Os critérios globais de turismo sustentável constituem um esforço para alcançar um entendimento comum do turismo sustentável. Representam os princípios mínimos de sustentabilidade a que uma empresa turística deve aspirar. Organizam-se em torno de quatro temas principais: “O planejamento eficaz para a sustentabilidade”, “A maximização dos benefícios sociais e econômicos para a comunidade local”, “O melhoramento do patrimônio cultural” e “A redução dos impactos negativos no ambiente”. Embora os critérios se orientem inicialmente para o uso dos setores de hotéis e dos operadores de turismo, têm aplicabilidade em toda a indústria turística. As boas práticas de manejo representam uma ferramenta para poder cumprir com estes critérios.

Os critérios são a parte da resposta prevista pela comunidade turística diante dos desafios mundiais que se apresentam para os “Objetivos de Desenvolvimento do Milênio”, das Nações Unidas. A mitigação da pobreza e a sustentabilidade ambiental, incluindo a mudança climática, são dois dos principais temas transversais que se abordam com base nos critérios.

A partir de 2007, uma coalizão de 26 organizações, A Rainforest Alliance - Critérios Globais de Turismo Sustentável, reuniu-se para desenvolver os critérios. Desde então, foram identificados mais de 80 mil partes interessadas, analisados mais de 4.500 critérios, examinadas mais de 60 normas de certificação e diretrizes voluntárias já existentes e recebidos comentários de mais de mil indivíduos. Os critérios globais de turismo sustentável foram desenvolvidos de acordo com o Código de Boas Práticas da Coalizão. E, como tal, estarão disponíveis para consulta e receberão retroalimentação a cada dois anos, até que não se recebam mais observações.

Alguns dos usos antecipados dos critérios incluem:

- Constituir as diretrizes básicas para que as empresas de qualquer tamanho se tornem mais sustentáveis e ajudá-las a optar por programas de turismo sustentável que cumpram estes critérios globais.
- Ofertar orientação às agências de viagens para selecionarem fornecedores e programas de certificação sustentáveis.
- Ajudar os consumidores a identificar programas e empresas sólidas em matéria de turismo sustentável.
- Servir de denominador comum para que os meios de informação reconheçam os fornecedores de turismo sustentável.
- Orientar os programas de certificação e outros programas voluntários a certificar-se de que suas normas cumprem a normativa básica amplamente aceita.
- Oferecer aos programas governamentais, não governamentais e privados um ponto de partida para elaborar requisitos de turismo sustentável.
- Servir de diretrizes básicas para as entidades educativas e de capacitação, como escolas de hotelaria e universidades.

Os critérios indicam o que se deve fazer, não como se deve fazer. Tampouco questiona se a meta foi alcançada. Esta função é realizada pelos indicadores de desempenho. Os materiais educativos adotados e o acesso às ferramentas de implementação são um complemento indispensável dos critérios de turismo sustentável.

A Aliança concebe os critérios globais de turismo sustentável como o princípio de um processo para estabelecer a sustentabilidade como a prática modelo em todas as formas de turismo.

Critérios globais de turismo sustentável

A. Demonstrar uma gestão sustentável eficaz

A.1. A companhia instaurou um sistema de gestão da sustentabilidade de longo prazo que se ajusta a sua realidade e escala, e que considera temas ambientais, socioculturais, de qualidade, de salubridade e de segurança.

A.2. A entidade cumpre toda a legislação e os regulamentos pertinentes, internacionais ou locais (entre eles, os aspectos laborais, ambientais, de salubridade e de segurança).

A.3. Todo o pessoal recebe capacitação periódica relacionada com sua função na gestão das práticas de meio ambiente, socioculturais, de saúde e de segurança.

A.4. A satisfação dos clientes é avaliada e se tomam as medidas corretivas quando apropriado.

A.5. Os materiais promocionais são precisos e completos, e não prometem mais do que a empresa pode ofertar.

A.6. O projeto e a construção de edifícios e infraestrutura:

A.6.1. Cumprem os requisitos locais de zoneamento de áreas protegidas ou de patrimônio;

A.6.2. Respeitam o patrimônio natural ou cultural que se encontram nos arredores na seleção do lugar, o projeto, a avaliação de impactos e dos dejetos e aquisição do terreno;

A.6.3 Utilizam princípios localmente apropriados de construção sustentável;

A.6.4 Oferecem acesso a pessoas que tenham necessidades especiais.

A.7. Aos clientes são oferecidas a informação e a interpretação sobre os arredores naturais, a cultura local e o patrimônio cultural, bem como a explicação sobre o comportamento adequado durante a visita às áreas naturais, as culturas vivas e os sítios de patrimônio cultural.

B. Maximizar os benefícios sociais e econômicos à comunidade local e minimizar os impactos negativos

B.1. A companhia apoia ativamente as iniciativas em prol do desenvolvimento comunitário social e de infraestrutura, o que, entre outras coisas, inclui educação, saúde e saneamento.

B.2. É oferecido emprego aos residentes locais, inclusive em cargos gerenciais. São oferecidas capacitações quando necessário.

B.3. Sempre que possível, a empresa adquire bens e serviços locais e de comércio justo.

B.4. A companhia oferece facilidades aos pequenos empresários locais para que desenvolvam e vendam seus produtos sustentáveis, com base na natureza, na história e na cultura próprias da região (o que inclui alimentos e bebidas, artesanatos, artes cênicas, produtos agrícolas, etc.)

B.5. Foi elaborado um código de conduta para as atividades realizadas em comunidades indígenas e locais, com base no consentimento e na colaboração da comunidade.

B.6. A companhia implantou políticas contra a exploração comercial, especialmente de crianças e adolescentes, incluindo a exploração sexual.

B.7. A companhia é equitativa ao contratar mulheres e minorias locais, incluindo cargos gerenciais, ao mesmo tempo, em que restringe o trabalho infantil.

B.8. A proteção legal, internacional ou nacional, dos empregados é respeitada, e eles recebem um salário compatível com o custo de vida.

B.9. As atividades da companhia não colocam em perigo a provisão de serviços básicos (tais como água, energia e saneamento) para as comunidades vizinhas.

C. Maximizar os benefícios para o patrimônio cultural e minimizar os impactos negativos

C.1. A companhia segue as diretrizes estabelecidas ou o código de conduta para as visitas aos lugares que são cultural ou historicamente sensíveis, com a finalidade de minimizar o impacto causado pelos visitantes e maximizar seu aproveitamento.

C.2. Não se vendem, negociam ou exibem artefatos históricos e arqueológicos, exceto o que a lei permite.

C.3. A empresa contribui para a proteção das propriedades e locais que são historicamente, arqueologicamente, culturalmente ou espiritualmente importantes e não impede o acesso daqueles que residem no local.

C.4. O empreendimento utiliza elementos de arte, da arquitetura ou do patrimônio cultural local

em suas operações, planejamento, decoração, alimentos ou lojas, ao mesmo tempo em que respeita os direitos de propriedade intelectual das comunidades locais.

D. Maximizar os benefícios para o meio ambiente e minimizar os impactos negativos

D.1. Conservar os recursos.

D.1.1. A política de compras favorece a utilização dos produtos ambientalmente amigáveis como insumos de construção, bens de capital, alimentos e consumo.

D.1.2. Avalia-se a compra de artigos descartáveis e de consumo, e a empresa busca ativamente a forma de reduzir seu uso.

D.1.3. Deve-se medir o consumo de energia e indicar as fontes, além de adotar medidas para diminuir o consumo total, ao mesmo tempo em que se fomenta o uso da energia renovável.

D.1.4. Deve-se regular o consumo de água e indicar as fontes, além de adotar medidas para diminuir o consumo total.

D.2. Reduzir a contaminação.

D.2.1. A empresa mede as emissões de gases de efeito estufa provenientes de todas as fontes controladas por ela e instaura procedimentos para reduzi-las e compensá-las como forma de alcançar a neutralidade climática.

D.2.2. As águas residuais, incluindo as águas cinzentas, são tratadas eficazmente e reutilizadas onde for possível.

D.2.3. Implementa-se um plano de manejo de dejetos sólidos com metas quantitativas para minimizar aqueles que não se reutilizam ou reciclam.

D.2.4. O uso de substâncias prejudiciais, tais como pesticidas, tintas, desinfetantes de piscinas e materiais de limpeza, é minimizado e substituído por produtos inócuos quando estes se encontram disponíveis, e todo uso de químicos se maneja corretamente.

D.2.5. A empresa implementa práticas para reduzir a contaminação causada por ruído, iluminação, erosão, compostos que contêm ozônio e contaminantes de ar e do solo.

D.3. Conservando a biodiversidade, os ecossistemas e as paisagens.

D.3.1. As espécies silvestres procriam unicamente no entorno natural. São consumidas, exibidas, vendidas ou comercializadas internacionalmente quando fazem parte de uma atividade regulada que assegure que sua utilização seja sustentável.

D.3.2. Não se conservam animais silvestres em cativeiro, exceto para atividades corretamente reguladas. As mostras vivas dessas espécies silvestres protegidas estão unicamente sob a custódia de pessoas autorizadas, que contam com as facilidades adequadas para criá-las e cuidar delas.

D.3.3. A empresa utiliza espécies nativas em suas áreas verdes e adota técnicas de restauração e medidas para evitar que se introduzam espécies exóticas invasoras.

D.3.4. A empresa ajuda a apoiar a conservação da biodiversidade, o que inclui o oferecimento de apoio às áreas naturais protegidas e às regiões que têm alto valor de biodiversidade.

D.3.5. As interações com as espécies silvestres não devem produzir efeitos adversos na viabilidade das populações do entorno natural. Qualquer perturbação nos ecossistemas é minimizada ou reabilitada, ao mesmo tempo em que se presta uma contribuição compensatória na gestão da conservação.

www.sustainabletourismcriteria.org

Âmbito Empresarial

Introdução

Este pilar é de grande importância para a sustentabilidade da empresa, pois não basta ter os recursos; é indispensável desenvolver esquemas de gestão que permitam alcançar os objetivos de sustentabilidade pretendidos, já que somente as organizações que implementam práticas adequadas de administração é que asseguram o êxito de seus objetivos.

O pilar econômico compreende as áreas mínimas que a organização deve desenvolver para lograr um desempenho eficiente: Política de sustentabilidade, Sistema de gestão de qualidade, Programa de administração e desenvolvimento de recursos humanos, Gestão econômico-financeira, Programa de segurança industrial e Comunicação, comercialização e publicidade.

A princípio, contar com Visão, Missão e Valores empresariais (Política de sustentabilidade) claros e bem definidos é o primeiro passo para alcançar a sustentabilidade, pois desde a fase de planejamento deve-se inserir o conceito e o modo de operar sustentavelmente em todos os âmbitos da empresa. A sustentabilidade da organização requer o estabelecimento de processos e procedimentos que assegurem a qualidade e a consistência dos serviços como um pilar transversal da gestão sustentável.

O Programa de Administração e Desenvolvimento dos Recursos Humanos considera elementos que vão desde a indução dos trabalhadores até a geração de concorrências adequadas que possam responder a critérios de sustentabilidade, efetividade e eficiência.

Para apresentar a gestão econômico-financeira da organização, detalham-se os principais alinhamentos que devem existir obrigatoriamente, como: desenvolvimento de orçamentos, fluxos de caixa e análises, e projeções financeiras de curto, médio e longo prazo. Isso permitirá à empresa quantificar seus benefícios e a eficiência de aplicar boas práticas para a sustentabilidade de sua operação.

Os benefícios da prevenção de riscos, acidentes e enfermidades, e as consequências positivas que se alcançam ao implementar um programa deste tipo, com características e elementos de sustentabilidade, são revertidos para a planta física, os clientes, os trabalhadores e a comunidade em geral, incluídos no Programa de Segurança Industrial.

Finalmente, os temas relativos a comercialização, publicidade e comunicação empresarial permitirão determinar as ações básicas que se requerem para que os produtos e serviços da organização sejam conhecidos e percebidos por seus clientes da maneira adequada.

Todas as ações que favoreçam a melhoria do serviço e a responsabilidade operativa, com base em um sistema de gestão sustentável, são ferramentas de promoção aproveitadas pelas empresas de forma eficaz, permitindo-lhes melhorar seu acesso aos mercados altamente interessados nesse tipo de operação, serviços e/ou produtos responsáveis.

1. GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE

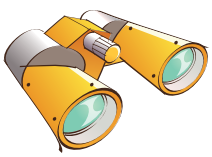
1.1 Política de Sustentabilidade

O que é a política de sustentabilidade?

Com a finalidade de alcançar seus objetivos e de trabalhar de maneira sustentável, as empresas devem ter alinhamentos que coloquem em prática o uso de elementos econômicos, sociais e ambientais que lhes permitam minimizar os impactos negativos e maximizar os positivos de sua gestão. Todos estes elementos devem organizar-se com base em uma política de sustentabilidade.

Para que a empresa alcance a sustentabilidade, recomenda-se aplicar as seguintes ações:

- Não usar mais recursos do que aqueles de que dispõe.
- Não utilizar os recursos econômicos, sociais e ambientais sem pensar nos demais e/ou no futuro de todos.
- Administrar a empresa por meio de um balanço dos recursos econômicos, sociais e ambientais.
- É muito importante ter presente que a sustentabilidade atende o cuidado e a administração do dinheiro, da equipe e dos equipamentos, ao mesmo tempo em que desenvolve o pessoal da empresa e cuida de sua forma de vida e potencial de crescimento. Portanto, é indispensável:
- Proteger o meio ambiente em que atuam o pessoal e a empresa, não dando importância somente ao dinheiro ou à propriedade particular.
- Compreender que a sustentabilidade é o resultado da integração entre o dinheiro, o ambiente e os aspectos sociais das pessoas que integram a empresa.



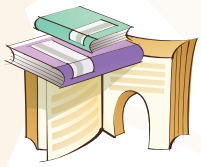
Qual a importância de implementar a política de sustentabilidade em sua empresa?

- Está comprovado que as empresas que avaliam suas ações com diferentes perspectivas e unificam distintos pontos de vista têm maior possibilidade de sobreviver, crescer e triunfar em mercados competitivos e difíceis.

- As empresas que mantêm ideias rígidas desenvolvem maiores riscos empresariais.
- Quando o ambiente está afetado, positiva ou negativamente, pelas ações de uma empresa, a economia e as próprias pessoas sentirão as consequências.
- Asseguram-se melhores resultados empresariais, sociais e ambientais quando o uso dos recursos da empresa é racional, equitativo, medido e eficiente.
- A rentabilidade real da empresa somente se encontra com base no equilíbrio e no uso adequado dos elementos econômicos, sociais e ambientais para produzir serviços e produtos sustentáveis, como desejam os clientes.
- Permite planificar e administrar efetivamente os recursos da empresa, melhorando as negociações com fornecedores para que os benefícios econômicos sejam reais (ganhos, economias e investimento).
- O segmento e controle das ações empresariais são mais efetivos.

Existem três regras básicas para aplicar a sustentabilidade a uma empresa:

1. Nenhum recurso renovável deve ser utilizado em um ritmo superior ao que se requer para repô-lo.
2. Nenhum produto poluente deve ser produzido em um ritmo superior ao que permita a reciclagem, neutralização ou absorção pelo meio ambiente.
3. Nenhum recurso não renovável deve ser utilizado em uma velocidade maior que a necessária para substituí-lo por um recurso renovável utilizado de maneira sustentável.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Desenvolva uma visão e uma política de sustentabilidade empresarial.
- Tenha uma missão empresarial concreta que faça da Visão uma realidade.
- Faça que todas as ações empresariais cumpram os valores definidos.
- Determine que todas as ações empresariais respondam a políticas e normas claras e definidas.
- Estabeleça todas as ações empresariais e cumpra os processos e procedimentos estabelecidos no Plano Estratégico da empresa.

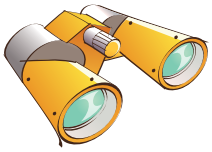
Quais benefícios sua empresa obtém?

- Desenvolvimento econômico, que se traduz em economia no uso dos recursos para investir, melhorar e desenvolver a rentabilidade da empresa.
- Melhores resultados na manutenção das equipes e ferramentas, para que durem mais, proporcionando economia em gastos de manutenção e reposição.
- Cuidado com o ambiente, pois este se integra às ações empresariais. Obtêm-se mais e melhores recursos ambientais para o presente e para o futuro.
- Estabilidade emocional do pessoal da empresa. Geram-se maior compromisso, lealdade e confiança dos trabalhadores.
- Desenvolvimento dos conhecimentos e experiências do pessoal, o que implica maior eficácia, eficiência e produtividade.

1.2 Políticas Empresariais

O que são políticas empresariais?

- Referem-se a ferramentas que ordenam e estruturam a empresa, permitindo definir critérios e marcos de atuação para a gestão em todos os seus níveis.
- São pautas de comportamento não negociáveis e de cumprimento obrigatório, cujo propósito é canalizar os esforços para a realização dos objetivos econômicos, sociais e ambientais da organização.



Qual é a importância de implementar as políticas empresariais em sua empresa?

- Uma empresa sem políticas empresariais é como um barco que não tem bússola, mapas ou cartas de navegação. Seu rumo é errante e sem direção. Não se trata de “navegar por navegar”, mas de ter uma empresa ordenada e estruturada, já que as políticas empresariais são as ferramentas que ordenam e estruturam a empresa.

- São as melhores ferramentas para organizar, controlar e integrar as ações de uma empresa. Estas políticas permitem alcançar os objetivos da empresa mediante a gestão estratégica e constituem a resposta ao desafio competitivo do futuro.

Que tipo de política empresarial deve ser implementada na empresa?

Para que a empresa alcance a sustentabilidade, é recomendável que implemente, no mínimo, as seguintes políticas:

Política de serviço

Estabelece o compromisso da empresa em satisfazer as necessidades, requerimentos e desejos dos clientes.

Política ambiental

Determina as ações, comportamentos e compromisso da empresa e seus trabalhadores, por meio da proteção do meio ambiente.

Política social

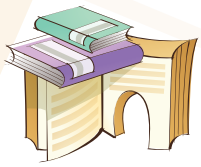
Compreende regras e normas de comportamento da empresa e seus trabalhadores com a sociedade e a comunidade em que se encontram.

Política de gestão humana

Determina como se administram os trabalhadores, o desenvolvimento que terá a empresa e os objetivos que espera deles.

Política de segurança

Na empresa, propõem-se ações concretas de segurança e salubridade, cuidado do pessoal, equipe, ferramentas, recursos, segurança e gestão de serviços, entre outros.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Determine regras e normas para cada departamento e área da empresa, assim como para cada trabalhador, seu cargo e suas funções específicas.
- Estabeleça regras e normas para cada processo e procedimento.
- Documente o processo anterior nas descrições e manuais de cargos da empresa.

Quais benefícios a empresa obtém?

- Ter uma empresa ordenada, estável e bem organizada.
- Conhecimento antecipado de ações, responsabilidades e consequências; melhor controle e acompanhamento de ações e resultados.
- Retroalimentação efetiva para conhecer os aspectos que devem ser melhorados.

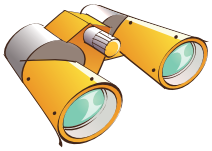
1.3 Planejamento

O que é planejamento?

É um instrumento fundamental da direção empresarial sustentável que trata de temas como: propósitos, linhas de atuação, ações e objetivos a alcançar em um tempo determinado, políticas de desenvolvimento e investigação, tecnologia e produção. Também, esclarece questões do tipo: Qual produto ou serviço elaborar?, Como?, Quando?, Onde?, Quem?, Com quanto? e Em que canais de distribuição se comercializarão?

Refere-se ao procedimento de conhecer com antecedência o que se deseja fazer, como se pode alcançar o propósito estabelecido, quando será executada cada uma das ações previstas, quem vai desempenhá-las, que recursos se utilizarão para alcançar e como vão avaliar os resultados conseguidos.

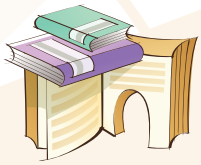
Este processo determina os grandes objetivos da empresa, as políticas e estratégias que regularão o uso de recursos empresariais.



Qual é a importância de implementar o planejamento em sua empresa?

- Permite fixar as bases para medir o resultado global e o de cada uma das unidades e áreas da organização.
- Elimina o improviso e os erros/problemas que nascem dela.
- Antecipa os requerimentos e o uso dos recursos da empresa.
- Minimiza o risco de fracasso e de baixa rentabilidade.
- Não deixa por conta da sorte o resultado/êxito das ações empresariais.

- Com base na Visão, na Missão e nos Valores empresariais, deve-se proceder a uma análise da situação atual da empresa que abarque suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, com a finalidade de projetar um "plano de trabalho" para cada área da empresa, analisando os recursos com os quais conta e os que serão necessários para alcançar os objetivos.
- Requer que se faça a previsão do futuro, para antecipar as ações que permitirão alcançar o objetivo. Não deixar nada dependendo da sorte, mas estabelecer com detalhe cada aspecto.
- Os maiores inimigos da administração são a incerteza e o improviso. Os profissionais tratam de determinar a maior quantidade de elementos de que necessitam para alcançar o êxito antes de iniciar as ações. Isso é o que se denomina "planejar".
- O planejamento estratégico é uma poderosa ferramenta de diagnóstico, análise, reflexão e tomada de decisão sobre o presente para alcançar o futuro.
- Serve para adequar-se às mudanças e às demandas que o ambiente impõe e alcançar o máximo de eficiência e qualidade dos produtos e serviços que a organização oferece.



O que pode ser feito em sua empresa?

Considerar os seguintes elementos e integrá-los em um "plano de trabalho e administração":

- Defina de maneira clara seu produto e serviço para saber quais recursos materiais e humanos serão necessários para alcançá-los.
- Estabeleça políticas e procedimentos financeiros que facilitem seus planos de ação.
- Organize seu pessoal e o plano de ação, seguindo sua política de sustentabilidade.
- Realize sessões de planejamento estratégico para definir claramente sua Visão e sua Missão empresarial e como alcançá-la.
- Projete planos de ação concretos que permitam trabalhar em todas as áreas.

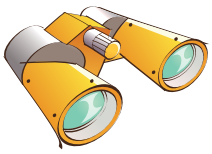
Quais benefícios sua empresa obtém?

- Maior desempenho financeiro, produtivo, laboral e qualidade de serviço, entre outros.
- Cumprimento de metas e objetivos.
- Saúde financeira e de sustentabilidade.
- Inovação, criatividade, compromisso e liderança.

2. GESTÃO DE QUALIDADE

O que é gestão de qualidade?

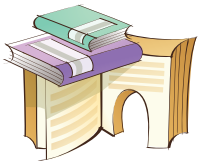
Refere-se à organização e administração de recursos, de maneira a permitir gerenciar todas as ações de um projeto a seu alcance, com tempo e custo definidos, com a qualidade como objetivo e a sustentabilidade integrada em todas as ações empresariais.



Qual é a importância de implementar a gestão de qualidade em sua empresa?

A gestão de qualidade permite integrar a rentabilidade e a sustentabilidade na empresa. Com adequada administração empresarial, permite organizar a empresa e o seu pessoal para a obtenção de serviços e produtos de qualidade.

Para ter êxito comercial e ser rentável e sustentável, a estrutura da empresa deve permitir o trabalho em equipe, por meio do qual todos os trabalhadores e departamentos possam integrar-se e coordenar seus processos, tendo por objetivo básico a qualidade dos produtos e serviços que oferece.



O que pode ser feito em sua empresa?

- É indispensável administrar a empresa como um todo. Nesse sentido, deve fixar os objetivos de qualidade e sustentabilidade, orientar toda a organização a consegui-los e fomentar a cooperação entre departamentos e a participação e o compromisso dos empregados.
  Implementar um sistema de autoavaliação para determinar quais áreas precisam melhorar e em que aspectos, como e quando.
- Redigir “Manuais de Qualidade” que definam as normas que foram planejadas.
- Estabeleça os procedimentos adequados para que os produtos e serviços alcancem a qualidade desejada.
- Desenvolva uma estrutura de gestão da qualidade, para que toda a empresa mantenha as normas determinadas.

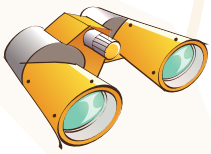
Quais benefícios sua empresa obtém?

- Produtos e serviços que são aceitos com facilidade pelos clientes, já que obedecem a normas de qualidade de reconhecido prestígio.
- Mais efetividade nos processos e procedimentos.
- Redução da perda de tempo e recursos empresariais, o que provoca como resultado maior rentabilidade e produtividade.

2.1 Processos e procedimentos

Quais são os processos e procedimentos?

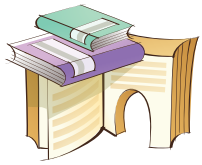
Os processos são as ferramentas que permitem definir claramente como realizar as distintas ações na empresa. Os procedimentos consistem na descrição de atividades pontuais e específicas que devem seguir na realização das funções de cada área da empresa. Definem a responsabilidade e a participação de todos os trabalhadores. Registram e detalham a informação básica de cada ação empresarial e o funcionamento de todas as unidades, áreas, departamentos e trabalhos da empresa.



Qual é a importância de implementar os processos e procedimentos?

- Permitem conhecer e controlar o funcionamento interno de cada área da empresa.
- Dão uma descrição exata das tarefas, requerimentos e responsabilidades para a execução das ações empresariais.
- Induzem o pessoal a cargos ou ações novas, otimizando a capacitação do pessoal, pois descrevem detalhadamente as atividades de cada cargo.
- Servem para a análise ou a revisão das atividades empresariais.
- Alinham e sistematizam as atividades empresariais, controlando o cumprimento das rotinas de trabalho e evitam sua alteração arbitrária.
- Determinam de forma mais simples as responsabilidades, falhas ou erros.
- Facilitam os trabalhos de auditoria e de avaliação do controle interno e do desempenhodo pessoal.
- Aumentam a eficiência dos empregados, pois indicam o que devem fazer e como fazê-lo.
- Ajudam a coordenação de todas as atividades e áreas de empresa, o que evita duplicidades.
- É a melhor forma de ter uma empresa organizada e estruturada, minimizando o risco de improvi-

sos e otimizando os recursos e a sustentabilidade da empresa. Sua implementação, assegura que todos saibam o que fazer, quando e como. Dessa maneira, fazem-se uniformes o desempenho, a produtividade e a qualidade dos produtos e serviços que a empresa comercializa.



O que pode ser feito em sua empresa?

Desenvolva um "programa de trabalho" para servir de "Manual de Processos e Procedimentos"

Os principais elementos que deve efetuar são:

- Uma lista detalhada das ações a realizar para cada ação empresarial e/ou posto de trabalho.
- A descrição específica dos objetivos e metas que deseja alcançar.
- O cronograma de tempos para realizar as ações.
- Uma lista do pessoal que terá a seu cargo a implementação das ações.
- Os passos específicos que devem ser dados em cada atividade.
- Um calendário definido com datas de início e término de cada fase.
- A fixação de responsabilidade de cada um em cada ação.
- A descrição de cada atividade e cada programa em quadros e imagens que apoiem o entendimento do processo ou procedimento.
- Definição de tipo, quantidade, formato e qualidade dos relatórios que se gerarão em cada atividade ou programa.

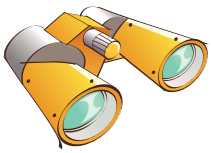
Quais benefícios sua empresa obtém?

- Ações empresariais organizadas e estruturadas em função do tempo, dos recursos a utilizar e dos objetivos e metas que se pretende alcançar.
- Rentabilidade, pois assegura a sustentabilidade das ações empresariais.
- Eficiência do trabalho e financeira.

2.2 Administração e direção

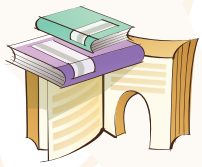
O que é administração e direção?

A administração permite organizar as empresas e gerar os recursos, processos e resultados de suas atividades. É a base de todo o funcionamento de uma empresa. Se as pessoas responsáveis pela empresa não sabem administrá-la, não se obterão os resultados desejados.



Qual é a importância de implementar a administração e direção?

- Permite a integração dos interesses particulares dos trabalhadores e os da empresa.
- Determina a integração dos gerentes com seus trabalhadores.
- Permite a unidade de direção para que todas as atividades tenham somente um objetivo. Esta é a condição essencial para alcançar a unidade da ação, que se alcança com coordenação de esforços e foco.
- Permite determinar os diferentes níveis de responsabilidade e hierarquia para projetos específicos.
- Alcança-se a divisão do trabalho, o que implica atribuir a cada trabalhador as ações para as quais está capacitado para desenvolver.
- Fomenta a liderança e a responsabilidade de todos os trabalhadores, o que gera compromisso.
- Assegura uma remuneração pessoal que satisfaça os empregados.
- Fomenta a equidade e a justiça para alcançar a lealdade do pessoal.
- Alcança a estabilidade e a permanência do pessoal em um cargo, minimizando as demissões.
- Facilita a iniciativa que é a capacidade de comprometer-se e de ser proativo.
- Alcança o espírito de equipe, o que faz com que todos trabalhem dentro da empresa com gosto. Este aspecto é uma das maiores forças da empresa.
- É a única forma de os setores de Recursos Humanos, Operações, Produção, Finanças e o Comercial da empresa atuarem de forma estruturada, ordenada e eficiente. As empresas devem trabalhar como uma equipe, não como atores individuais, e a administração é que deve se encarregar de dar direção e coordenação a todos os elementos e trabalhadores da empresa.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Coordene sistematicamente os recursos da empresa, mediante o planejamento, a definição de objetivos e metas, e a gestão em função da qualidade e da sustentabilidade.
- Desenvolva um Plano de Trabalho para cada área, departamento e posto da empresa.
- Integre as áreas de Serviços, Finanças, Suprimento, Recursos Humanos e Comercial com objetivos e metas comuns. Devem-se estabelecer cronogramas, processos e procedimentos comuns no Plano de Trabalho.
- Tome decisões para executar bons investimentos e excelentes resultados.

Quais benefícios sua empresa obtém?

- Integração de ações empresariais.
- Direção e objetivos específicos.

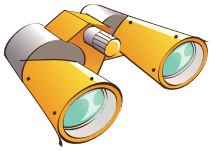
- Capacidade de análises e diagnóstico situacional.
- Redução de problemas do RH.
- Rentabilidade e sustentabilidade real. Finanças saudáveis e positivas.

2.3 Abastecimento e fornecedores

O que é a administração de suprimentos e fornecedores?

É fazer coincidir os interesses dos fornecedores com os da empresa e, finalmente, com os dos clientes. É estabelecer canais de comunicação, de intercambio e de colaboração entre os fornecedores, a empresa e os clientes finais.

Implica coordenar a sequência de ações que vão desde os fornecedores até o cliente final, para dar uma resposta e serviço eficiente, sustentável e com qualidade.



Qual é a importância de implementar a administração de suprimentos e fornecedores?

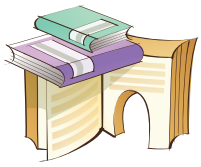
- Desenvolver e manter uma relação saudável com os fornecedores que seja de benefício mútuo.
- Apoiar o desenvolvimento local, mediante o trabalho com fornecedores da região.
- Ser eficiente no manejo de inventários e dos processos para obter os produtos e serviços.
- Obter benefícios financeiros com o manejo adequado de fornecedores.
- Manter os custos de mão de obra e de matérias-primas controlados.
- Dar aos clientes uma resposta eficiente.

As falhas envolvendo colaboração e coordenação dos pedidos de suprimentos provocam custos enormes e perdas incalculáveis para as empresas. Além disso, contar com uma cadeia sequencial de suprimentos administrada eficientemente oferece enormes oportunidades de proporcionar um serviço sustentável e de qualidade.

Constitui uma oportunidade para os fornecedores locais que estejam dispostos a gerar produtos e serviços de qualidade e permite à empresa apoiar o desenvolvimento da região.

A administração de suprimentos e fornecedores implica:

- Planejar a demanda de produtos e serviços que serão adquiridos pela empresa.
- Definir as regras de pedidos, entregas e pagamentos.
- Estabelecer critérios para a seleção de fornecedores que contemplem os princípios de sustentabilidade e de apoio a produção local.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Coordene com os fornecedores em nível estratégico os objetivos empresariais, financeiros e comerciais, tanto da empresa como dos fornecedores, para que sejam coerentes e coincidam em seus pontos mais importantes, tais como: prazos, sistemas de pagamento-cobrança, políticas e prazos de entrega, entre outros.
- Organize com os fornecedores toda a informação, considerando que a informação entre a empresa e os fornecedores deve ser clara e assertiva. Manter informação sobre quantidades de pedidos e despachos, inventários em estoque, necessidades futuras e projeções de venda devem ser parte da comunicação com os fornecedores.
- Estabeleça um acordo com os fornecedores em nível de interação. A logística de pedidos, despachos, entregas, datas, tempos, lugares, etc. deve ser coordenada entre a empresa e o fornecedor. Os processos e procedimentos das partes devem ser complementares, para que se beneficiem do trabalho conjunto.
- Especifique políticas para a seleção de fornecedores. Deve existir uma política clara de contratação de fornecedores e de compra, com a finalidade de garantir um suprimento adequado de insumos. A seleção de fornecedores locais e de produtos de baixo impacto ambiental deve estar contemplada em tal política de compras.

Quais os benefícios sua empresa obtém?

- Reduz ao mínimo os problemas de pedidos e despacho.
- Alcança a possibilidade de implementar programas de inventários que permitam ter inventários atualizados sem faltar nem sobrar ou otimizar o espaço de estoque, pagamentos a fornecedores e compra de matéria-prima/produto somente para um prazo determinado.
- Promove a realização de alianças estratégicas com fornecedores.
- Estabelece um melhor controle financeiro com os suprimentos e fornecedores.
- Apoia o desenvolvimento local.

2.4 Monitoramento e ações corretivas

O que é monitoramento?

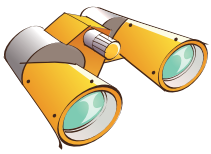
O monitoramente permite dar prosseguimento às ações empresariais para corrigir o que for necessário, assegurando a retroalimentação da gestão e as lições aprendidas.

É preciso monitorar de forma contínua e sistemática, verificando o desempenho e os resultados de um projeto, assim como a identificação de suas forças e fraquezas, e poder recomendar medidas e ações corretivas para otimizar os resultados.

O monitoramento prevê a informação que possibilita analisar resultados e processos. É ingrediente básico da avaliação. Por exemplo, se comparado a um jogo de futebol, o monitoramento será seguir cada jogada com detalhe e as consequências delas; conhecer o marcador, quanto tempo leva jogando e quanto falta para terminar o jogo; analisar o desempenho de cada jogador, da própria equipe e do adversário. O gerente é o técnico, que analisa o jogo, e os jogadores representam a empresa.

Como resultado do monitoramento, a empresa poderá realizar ações que permitem corrigir desvios nos projetos da empresa. Estas correções surgem da análise, monitoramento e da avaliação das ações empresariais.

Retomando o exemplo do jogo de futebol, as ações corretivas seriam as mudanças de jogadores de acordo com a estratégia que se deseja aplicar às jogadas para alcançar as mudanças no placar e torná-lo favorável.

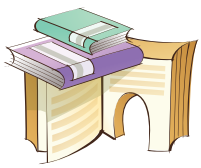


Qual é a importância de implementar o monitoramento e ações corretivas?

O monitoramento e as ações corretivas são ferramentas indispensáveis à análise, ao diagnóstico e à avaliação. O monitoramento permite determinar as alternativas para a melhora contínua dos processos e procedimentos da empresa.

Porque é necessário:

- Conhecer e entender o estado real de cada processo e o procedimento da empresa, para compará-lo com os objetivos determinados.
- Corrigir no momento exato os desvios dos processos e procedimentos.
- Antecipar-se aos movimentos da concorrência e ajustar os processos e procedimentos próprios para ser competitivo.



O que pode ser feito em sua empresa?

Defina quais aspectos devem ser monitorados para assegurar que seus produtos e serviços sejam de qualidade.

Especifique os aspectos que deve monitorar para assegurar que seus processos e procedimentos sejam adequados para alcançar seus objetivos.

Determine o cumprimento (quantidade e qualidade) de cada processo e procedimento, e compare-os com os objetivos definidos na sustentabilidade da empresa.

O monitoramento deve realizar-se permanentemente durante todo o transcurso do projeto e ser o mais simples possível. Os fatores críticos a serem avaliados e os procedimentos devem ser definidos de antemão.

Simplifique os indicadores de monitoramento e avaliação utilizados, para que seja de fácil interpretação para todos os participantes.

Transforme os resultados do monitoramento de forma imediata em ações corretivas e/ou preventivas que permitam melhorar seus resultados.

Quais benefícios sua empresa obtém?

- Avaliação fiel sobre o desempenho da empresa.
- Conhecimento e análise da situação real dos projetos da empresa.
- Controle da gestão dos projetos.
- Satisfação por parte de todas as pessoas relacionadas com a empresa (clientes, trabalhadores, fornecedores e comunidade).
- Realizações reais das metas e objetivos da empresa.
- Mudanças realistas efetuadas no programa com base no monitoramento e avaliação.
- Sustentabilidade do esforço de todos os participantes.
- Replicabilidade das ações corretivas em todas as áreas da empresa.
- Lições aprendidas, tanto positivas quanto negativas, que se traduzem em ações corretivas.

3. GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS

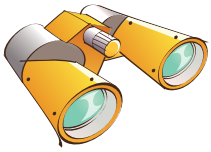
O que são os recursos humanos?

Os recursos humanos (RH) são o recurso mais importante de qualquer empresa, especialmente as de serviço (como as do setor de Turismo). Compreendem todos os trabalhadores da empresa, que se destacam por suas capacidades, conhecimentos, experiências, interesses, potencial, energia, valores e sentimentos.

A área de RH já não administra somente pagamentos, admissões e ausências, mas também representa a fonte de mudança e êxito de uma empresa, já que é o provedor de pessoal capacitado, de fontes de desenvolvimento e mudança. Independentemente do giro da empresa, seu êxito depende de seu pessoal, da adequada quantidade e qualidade, assim como de seu compromisso por uma gestão sustentável.

O que é a administração e desenvolvimento de RH?

Consiste em planejar e implementar todas as ações necessárias para assegurar a eficiente participação do pessoal nos processos e procedimentos da empresa. Contar com um programa de administração e desenvolvimento dos RH permite gerar um clima de trabalho de estabilidade, compromisso e segurança para todos os participantes.



Qual é a importância da implementação de desenvolvimento e administração de RH?

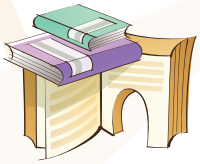
O desempenho e a qualidade dos serviços de uma empresa estão diretamente relacionados com a qualidade de seu pessoal. No RH se pratica a seguinte expressão: “Diga-me a qualidade dos seus trabalhadores e te direi a qualidade de sua empresa”.

Permite planejar e executar ações para que o pessoal se desenvolva em seus postos, especialmente se tem que tomar decisões, coordenar ações empresariais ou oferecer serviços ao cliente.

Estabelece um estilo de gestão para atuar de forma responsável, facilitando a liderança e o trabalho em equipe.

Porque o programa permite:

- Aproveitar as capacidades de cada colaborador e desenvolver os aspectos pessoais, técnicos e operativos, o que significa que podem existir mais colaboradores cujos conhecimentos e habilidades permitam realizar maior quantidade e qualidade de trabalho.
- Ter um panorama claro dos concorrentes permite à empresa aproveitar ao máximo as qualidades desconhecidas de seu pessoal. A colocação e ou realocação de colaboradores com base na avaliação de potencial e dos concorrentes permite aumentar a produtividade da empresa e, ao mesmo tempo, a satisfação do pessoal.
- Detectar as forças e fraquezas da equipe de trabalho e tomar as ações corretivas.
- Capacitar o pessoal em todos os temas relacionados com a sustentabilidade e a replicação de ações em suas famílias e comunidades.



O que pode fazer em sua empresa?

- Conheça a história e o presente de cada colaborador. Fazer análises e diagnósticos com base em provas e exames, entre outros.
- Identifique o que um colaborador pode fazer agora e no futuro, em função de suas capacidades. Projetar suas concorrências atuais em um nível que pode chegar a alcançar o que se deseja em um tempo definido.
- Determine a distância/diferença que existe entre o posto da demanda atual e o que o colaborador faz efetivamente para definir as ações corretivas e de capacitação para levá-lo a seu nível de máxima concorrência.
- Desenvolva um plano de formação para cada colaborador.
- Defina detalhadamente cada aspecto da capacitação que se dará ao colaborador para levá-lo a seu nível de máxima concorrência.
- Maneje informação de um arquivo de pessoal que permita tomar decisões para promover mudanças internas de forma imediata. Leve em conta os aspectos humanos, econômicos, sociais, operativos, administrativos e técnicos.

Quais benefícios sua empresa obtém?

- Melhor desempenho empresarial, produtividade e rentabilidade como consequência de ter colaboradores mais competentes, capacitados e comprometidos com os objetivos da empresa.
- Controle sobre processos e procedimentos, e sobre o modo como são executados por seu pessoal.
- Uso sustentável dos recursos por ter pessoal idôneo.

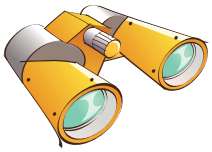
3.1 Manuais de cargos e procedimentos

O que são os manuais de cargos e procedimentos?

São os documentos que contêm a descrição de atividades que devem ser seguidas na realização das funções de cada área da empresa. Isso permite conhecer o funcionamento interno, a descrição de tarefas, a localização e os requerimentos, entre outros.

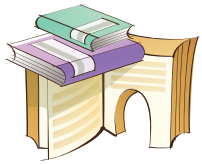
Neles encontra-se registrada a informação básica do funcionamento de todas as áreas e postos da empresa.

Contêm informação concreta e exemplos detalhados de formulários, autorizações ou documentos específicos, máquinas a utilizar e qualquer outro dado que possa assegurar o correto desenvolvimento das atividades dentro da empresa. Facilitam os trabalhos de monitoramento, avaliação e controle interno. Eliminam o "livre-arbítrio" na execução empresarial e padronizam os resultados de cada colaborador.



Qual é a importância de implementar manuais de cargos e procedimentos?

- Assegura-se de que, por escrito, em forma narrativa e sequencial, cada uma das operações que se realizam é apresentada em um procedimento, explicando em que consistem e todos os demais aspectos relativos a ele. Além do mais, sinalizam os responsáveis por executá-las.
- Quando existem normas e regulamentos "oficiais" de como proceder na empresa, eliminam-se os resultados independentes e inadequados, e toda a empresa funciona com objetivos comuns.
- Sua implementação ajuda na indução ao cargo e ao treinamento e capacitação do pessoal, já que descrevem de forma detalhada as atividades de cada cargo.
- Aumentam a eficiência dos empregados, indicando o que devem fazer e como devem fazê-lo, ajudando na coordenação de atividades. Assim, ajudam a evitar duplicidades.



O que pode ser feito na sua empresa?

- Desenvolva um manual para cada cargo de trabalho em sua empresa, detalhando as responsabilidades que se esperam dele.
- Detalhe de maneira clara e precisa os procedimentos que estão a cargo de cada membro do pessoal, para que surjam dúvidas sobre o modo de realização.

- Capacite as pessoas por meio da utilização do Manual de Cargos e Procedimentos e realize consultas periódicas para avaliar a relevância e a utilidade destes manuais.
- Incorpore as sugestões que sejam pertinentes nestes manuais para que estejam sempre atualizados.

Quais benefícios sua empresa obtém?

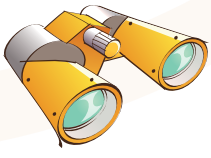
- Os manuais de cargos e procedimentos padronizam o trabalho dentro da empresa e permitem alcançar níveis constantes de qualidade dos serviços.
- Oferecem alinhamentos claros para todo o pessoal, o que se reflete em melhor qualidade de trabalho em equipe.

3.2 Capacitação de pessoal

O que é a capacitação de pessoal?

É uma atividade chave para o desenvolvimento da empresa. Um plano de capacitação ordenado adequadamente permite que os colaboradores desenvolvam conhecimentos e habilidades específicas relativas a seu cargo de trabalho, modificando suas atitudes em relação aos afazeres da empresa, ao cargo e ao ambiente de trabalho. Permite que a equipe de trabalho adote as práticas de gestão sustentável, ao compreender os aspectos ambientais, socioculturais e de gestão empresarial que regem a empresa.

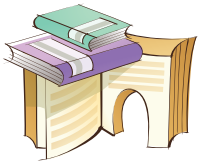
A capacitação é importante por permitir que a empresa conte com uma equipe de trabalho capaz de aplicar as suas habilidades e destrezas em cada uma de suas tarefas. Além disso, a capacitação em áreas de sustentabilidade (educação ambiental, proteção e resgate cultural, desenvolvimento social e administração de recursos econômicos, etc.) facilita a mudança de atitude, levando a uma comunidade mais responsável nos aspectos social e ambiental. A capacitação do pessoal é o caminho para gerar compromisso com a empresa e com a sustentabilidade.



Qual é a importância de implementar a capacitação em sua empresa?

- Porque é vital para as empresas propiciar o desenvolvimento integral dos trabalhadores e contar com colaboradores que possuam alto nível de conhecimentos e de experiências e que incorporem a responsabilidade social e ambiental em todas suas atividades.

- Porque se requer pessoal que ofereça serviços responsáveis e de qualidade.
- Porque a capacidade de aprender com maior rapidez que os competidores talvez seja a única vantagem competitiva sustentável. É necessário converter as empresas em organizações inteligentes e criativas, com capacidade de ver a realidade a partir de novas perspectivas.



O que pode fazer em sua empresa?

Para implementar a capacitação em sua empresa, deve-se projetar um plano integrado de capacitação que contemple tanto o desenvolvimento profissional da equipe de trabalho como a responsabilidade social e ambiental, para o qual é indispensável que leve em conta os seguintes elementos:

- Proporcione oportunidades ao seu pessoal para um contínuo desenvolvimento não somente em seus cargos atuais, mas também em outras funções para as quais o colaborador pode ser considerado.
- Mude a atitude de seus trabalhadores, criando um clima mais propício e harmonioso em toda a empresa, aumentando a motivação para que sejam mais receptivos às técnicas de supervisão e gerência.

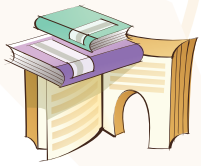
Quais benefícios sua empresa obtém?

- Maior identificação com a cultura organizacional. É um auxílio para a compreensão e adoção de políticas empresariais, na medida em que agiliza a tomada de decisões e a solução de problemas.
- Maior retorno de investimento e redução de custos, uma vez que melhora o desempenho, a criatividade e a disposição para o trabalho. Conduz à rentabilidade mais alta e a atitudes assertivas de cooperação e trabalho em equipe.
- Melhora o conhecimento do cargo em todos os níveis e ajuda o pessoal a identificar-se com os objetivos da empresa, criando melhor imagem ao facilitar o compromisso social e ambiental.
- Incentiva a coesão no trabalho em equipe, pois proporciona um ambiente favorável para o aprendizado e converte a empresa em um ambiente de melhor qualidade para trabalhar.

3.3 Avaliação do desempenho

O que é a avaliação de desempenho?

- É um processo para avaliar as atitudes e o rendimento da equipe humana da empresa e para gerar oportunidades de melhoria.
- A avaliação de desempenho é importante porque permite a tomada decisão sobre como as tarefas estão sendo executadas e encontrar as forças e fraquezas dentro da equipe de trabalho. Isso permite implementar ações corretivas e/ou preventivas, para poder contar com a melhor equipe humana.
- Fomenta a melhoria de resultados e pode ser utilizada para comunicar aos colaboradores como estão desempenhando seus cargos e, ao mesmo tempo, propor as mudanças necessárias de comportamento, atitude, habilidades e/ou conhecimentos.
- Indica se a seleção e a capacitação estão sendo adequadas e permite evitar erros.
- Identifica os melhores trabalhadores, para recompensá-los. Igualmente, identifica o pessoal de pouca eficiência, para treiná-lo melhor ou mudá-lo de cargo.
- Avalia a eficiência das áreas ou departamentos, permitindo aplicar métodos para calcular custos, estabelecer normas e medir o desempenho no uso dos recursos da empresa.



O que pode fazer em sua empresa?

Faça avaliações periódicas (quinzenal ou mensal) e permita que seus trabalhadores conheçam e participem da avaliação. Retroalimente aos seus trabalhadores e estabeleça, de comum acordo, ações corretivas e/ou preventivas.

Os principais elementos que devem ser considerados na avaliação do desempenho são:

- Qualidade de trabalho e quantidade de trabalho de cada área empresarial e de cada trabalhador.
- Conhecimento do cargo, iniciativa: como planeja e controla a área/trabalhador, o uso de recursos e o controle de custos.
- Relações com os companheiros, com os superiores, com os inferiores e com o público. Liderança, direção e desenvolvimento dos subordinados.

Quais benefícios sua empresa obtém?

- Avaliar melhor o desempenho dos colaboradores com um sistema de medição capaz de neutralizar a subjetividade.
- Propor medidas e disposições orientadas a melhorar ou padronizar o desempenho de sua equipe de trabalho.
- Conhecer as normas e disposições, bem como os aspectos de comportamento e de desempenho que mais valoriza a empresa e seus colaboradores.
- Antecipar as expectativas acerca de seu desempenho, forças e fraquezas.
- Avaliar o potencial humano de curto, médio e longo prazo.
- Identificar os empregados que necessitam de atualização ou capacitação em determinadas áreas de atividade.
- Dar maior dinâmica a sua política de recursos humanos, oferecendo oportunidades aos empregados (não somente de promoções, como também de progresso e desenvolvimento pessoal), estimulando a produtividade e melhorando as relações humanas no trabalho.

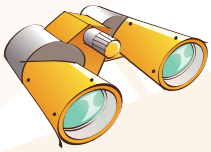
Boas atitudes contagiam e provocam mudanças.

4. GESTÃO FINANCEIRA E CONTÁBIL

4.1 Sistema financeiro e contábil

O que são as finanças em uma empresa?

- Um sistema financeiro permite analisar como é o fluxo do dinheiro na empresa, em que condições se conseguem recursos e como se administra o que foi adquirido, permitindo ao estabelecimento um bom sistema contábil, que contará com informação real e útil para a tomada de decisões econômicas.



Qual é a importância de implentar as finanças e a contabilidade?

- Permite que a empresa se concentre nas formas em que podem criar valor e mantê-lo através do uso eficiente dos recursos financeiros.
- Seu propósito é diagnosticar, analisar e maximizar o valor da empresa, seus bens e recursos para os acionistas ou proprietários.

Poderá tomar as melhores decisões econômicas e financeiras para sua empresa, que são as seguintes:

- **Decisões de investimento**

  Concentram-se no estudo dos ativos reais (tangíveis ou intangíveis) em que a empresa deveria investir.

- **Decisões de financiamento**

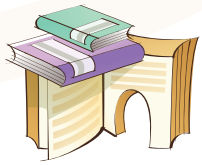
  Estudam a obtenção de fundos para que a empresa possa adquirir os ativos em que decidiu investir.

- **Decisões sobre dividendos**

  Implicam decidir como se investir os ganhos da empresa, quer seja distribuindo-os, quer reinvestindo-os.

- **Decisões diretivas**

  Auxiliam nas decisões operativas e financeiras cotidianas.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Contrate pessoal profissional das áreas financeira e contábil, assim como assessores profissionais, certificados em cada área.

- Desenvolva um programa de capacitação que considere temas financeiros e contábeis capazes de atender às áreas deficientes na gestão da empresa.
- Implemente um Manual de Procedimentos Financeiros e Contábeis que contemple monitoramentos periódicos, com informação oportuna para a tomada de decisões.
- Realize auditorias externas das áreas financeira e contábil.

Quais benefícios sua empresa obtém?

Sua empresa requer um manejo adequado e as ferramentas financeiras permitem conhecer o estado real de seus capitais e investimentos e a maneira como manejar os seguintes elementos:

• O custo-risco-benefício

Compreende a análise dos balanços dos riscos a enfrentar e seus custos, assim como o benefício obtido em determinada situação.

• O dilema entre a liquidez e a necessidade de investir

Consiste em decidir se é melhor ter o dinheiro em caixa ou utilizá-lo em um investimento: compra de equipamento ou material, etc.

• Custos de oportunidade

É o custo que tem para utilizar o dinheiro em um projeto específico ao invés de algum outro. Permite decidir qual é o investimento que mais lhe convém.

• Financiamento apropiado

Considera os interesses gerados pelas diferentes fontes de financiamento e o efeito que podem ter em um projeto.

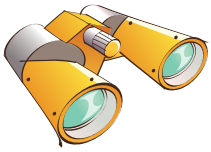
• Diversificação eficiente

O investidor prudente diversifica seu investimento total, repartindo seus recursos entre vários projetos distintos. O efeito de diversificar consiste em distribuir o risco e, assim, reduzir o risco total.

4.2 Orçamentos

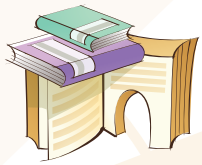
O que são os orçamentos?

A implantação de um programa financeiro na empresa deve prever a possibilidade de trabalhar com orçamentos específicos para cada processo, de maneira que possa estimar os gastos e os ingressos para determinado período. Os orçamentos devem estar documentados, detalhando o custo que terão um serviço ou produto, processo ou procedimento.



Qual é a importância de implementar os orçamentos?

- Permite às empresas estabelecerem prioridades e avaliarem o uso de seus recursos em função de seus objetivos e das necessidades de cada departamento na empresa.
- Permite que a administração conheça o desenvolvimento da empresa, por meio da comparação dos feitos e cifras reais com os feitos e valores orçados e/ou projetados, para poder tomar medidas que permitam corrigir ou melhorar a atuação empresarial.
- Reflete de forma quantitativa os objetivos fixados pela empresa no curto prazo, mediante o estabelecimento de programas, sem perder a perspectiva do longo prazo.
- Admite avaliar os custos reais das atividades e um planejamento realista.
- Permite manter as finanças ajustadas para as etapas de crescimento ou de gestão.



O que pode ser feito em sua empresa?

• Desenvolver um orçamento-mestre

Orçamento geral de toda a empresa.

• Preparar orçamentos intermediários

Contemplam períodos concretos de tempo e servem para promover a avaliação e para dar prosseguimento às ações empresariais.

• Os orçamentos operativos

Detalham o uso de todos os recursos econômicos da operação da empresa.

• Os orçamentos de investimentos

Especificam como serão utilizados os recursos econômicos destinados ao crescimento, à compra de bens ou ativos, etc.

Quais benefícios sua empresa obtém?

Administrar eficientemente os recursos da empresa, mediante:

a) Orçamentos de vendas;
b) Orçamentos de produção;
c) Orçamentos de mão de obra;
d) Orçamentos de gastos-custos de fabricação;
e) Orçamentos de requerimentos de materiais, insumos, equipe e ferramentas;
f) Orçamentos de gastos de venda ou de marketing;
g) Orçamentos de gastos administrativos; e
h) Orçamentos financeiros e de investimentos.

5. GESTÃO DE SEGURANÇA

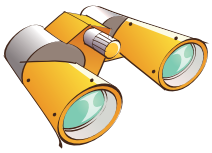
O que é a gestão de segurança?

A segurança empresarial deve ser tratada como um todo. A perspectiva de segurança empresarial contempla: os elementos de trabalho, de higiene e de salubridade, a prevenção de atos criminais e os acidentes nas operações turísticas.

Portanto, um programa de gestão de segurança tem por objetivo minimizar os riscos, os acidentes e incidentes, e as enfermidades em todas as ações e serviços empresariais. Estabelecer este programa é responsabilidade da empresa e seus trabalhadores, resguardando a integridade de todos, sob os conceitos de sustentabilidade.

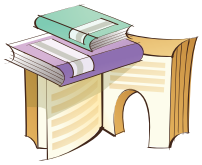
A segurança é um dos aspectos que mais influenciam a decisão de compra de serviços turísticos. A segurança sanitária nas operações e atividades turísticas é muito importante, assim como a diminuição de riscos de atos criminais e a atenção quanto às emergências. Oferecer um serviço seguro com todos esses aspectos é, sem dúvida, uma vantagem competitiva para as empresas.

A gestão da segurança promove a proteção da vida e da saúde dos colaboradores e dos clientes-visitantes. Também ajuda na conservação dos equipamentos, permitindo reconhecer as causas das condições inseguras e tomar as ações corretivas para evitá-las ou, pelo menos, diminuí-las.



Qual é a importância de implementar a gestão de segurança em sua empresa?

- Elimina situações, processos e procedimentos perigosos; evita acidentes, erros e más práticas no trabalho que afetem a segurança, a saúde e a higiene de todos que se relacionam com a empresa.
- Evita custos derivados de acidentes e problemas de saúde e higiene.
- Reduz ao mínimo as ausências e custos negativos, relacionados a acidentes e a problemas de saúde e higiene.
- Aumenta o rendimento no trabalho e a motivação no trabalho, reduzindo os perigos reais e potenciais.
- Oferece serviços seguros, porque não se põe em risco a integridade física e emocional de colaboradores e visitantes.
- Atende de maneira adequada a qualquer emergência natural, acidental ou criminal.



O que pode ser feito em sua empresa?

Para implementar um Programa de Gestão de Segurança, é muito importante investigar e analisar as causas dos acidentes de trabalho, das enfermidades, dos riscos e dos perigos.

Isso não se faz somente para identificar os erros, mas também para determinar as causas básicas que dão origem aos atos e às condições inseguras e para estabelecer ações que permitam corrigir definitivamente a ocorrência de tais eventos.

Portanto:

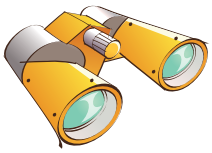
- Identifique os riscos e elabore "cenários de risco" para poder aplicar soluções e ações preventivas e corretivas.
- Classifique os riscos em "altos", "médios" e "baixos", e tome ações adequadas para minimizar ou eliminar o risco.
- Identifique os diferentes perigos (reais e potenciais) que possam afetar a empresa, seus trabalhadores e visitantes.
- Desenvolva planos que minimizem as situações de risco e perigo.
- Promova planos para atender emergências (naturais, acidentes, enfermidades).
- Execute planos preventivos e comunique-os aos trabalhadores e aos visitantes.
- Busque assessoramento profissional para aquelas áreas que requeiram soluções técnicas específicas.
- Invista em programa de segurança, capacite seu pessoal e realize atualizações periódicas.
- Reúna-se com a comunidade e instituições da região para trabalharem de maneira conjunta na atenção à segurança.
- Contrate especialistas em Segurança Industrial, Ambiental e Empresarial para uma auditoria de riscos que contemple sugestões para solucionar processos ou procedimentos potencialmente difíceis ou perigosos.
- Aplique uma matriz de riscos e ameaças, e implemente dispositivos de segurança que minimizem seus efeitos.
- Realize "auditorias internas de segurança" de forma periódica e constante.
- Verifique a segurança dos processos e procedimentos da empresa.
- Implemente programas de capacitação em segurança e programas de práticas de segurança.

Deve-se comparar o custo das consequências de um risco contra o beneficio de reduzi-lo ou evitá-lo. É muito importante determinar as ameaças que existem contra a empresa, os trabalhadores e/ou os visitantes, para determinar a vulnerabilidade da empresa perante os riscos, perigos, enfermidades e ações criminais. Para isso, é preciso tomar as decisões necessárias.

Segurança no uso e manutenção de ferramentas e equipes empresariais

- Também é parte integral de um programa de gestão de segurança a correta utilização das equipes e das ferramentas, de forma a cumprir os objetivos projetados, para assegurar o correto funcionamento e durabilidade.

- Deve-se obedecer às instruções de cuidado e manutenção fixadas pelos fabricantes, em termos de quantidade, qualidade, validade, lubrificantes, peças e recargas originais.



Qual é a importância de implementar um adequado programa de uso e manutenção das equipes e ferramentas?

- Reduzir os custos de reposição de equipe por mau manejo ou inadequada manutenção.
- Aumentar a vida útil das equipes e ferramentas.
- Reduzir os acidentes e suas consequências pessoais, profissionais e econômicas por não prever dispositivos de segurança (capacetes, protetores de ouvidos, olhos, mãos, cintos de segurança, botas e roupa especial, botões de alerta, alarmes, etc.).
- É muito importante que a segurança esteja presente na empresa. Se não existirem condições de segurança no trabalho, os custos pessoais, econômicos e técnicos podem ser muito altos e de sérias consequências.
- Uma empresa "insegura" é vulnerável a acidentes e enfermidades no trabalho. Os custos relacionados podem afetar seriamente a rentabilidade e/ou fluxo efetivo de uma empresa.

Quais benefícios sua empresa obtém?

- Serviços turísticos de muito baixo risco para a empresa, seus trabalhadores e visitantes.
- Clientes e visitantes satisfeitos e conscientes do compromisso da empresa com sua integridade física e emocional.
- Redução de custos relacionados a acidentes, ausências por enfermidade, destruição ou desqualificação da equipe por mau uso.
- Pessoal capacitado e motivado por ter equipe e instalações seguras.
- Maior durabilidade da equipe e dos equipamentos.
- Ser uma empresa responsável com seus colaboradores, visitantes e cidadãos.
- Trabalhadores capacitados e informados minimizam os riscos de acidentes ou erros.
- Os resultados da empresa quase não são afetados por enfermidades e situações negativas da higiene do pessoal e de suas famílias e comunidades.
- Pessoal envolvido e comprometido com a segurança pessoal, da empresa e dos visitantes.
- Visitantes conscientes da qualidade do serviço da empresa.

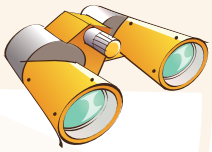
6. GESTÃO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

6.1 Comunicação

O que é a comunicação?

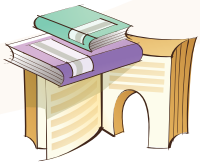
É a ferramenta utilizada para divulgar os produtos e serviços de uma empresa a um grupo específico de clientes. Requer um planejamento e um enfoque estratégico para que os potenciais clientes compreendam de maneira integral os produtos e serviços oferecidos.

Seu propósito é levar informação chave ao público-alvo e influenciar sua decisão de compra. Proporciona a oportunidade de utilizar seus esforços em sustentabilidade como um dos argumentos de venda e de posicionamento no mercado.



Qual é a importância de implementar a comunicação?

- Permite a interação entre o pessoal da empresa, clientes e fornecedores, para o alcance dos objetivos comuns no marketing.
- Influencia os processos de pensamento, as razões de compra e os sentimentos de todas as pessoas ao longo da cadeia de comercialização.
- Traduz-se em uma boa publicidade veiculada nos meios de comunicação especializados e torna visível a empresa para os setores chave.
- Proporciona um incremento nas vendas quando a empresa se posiciona e consegue comunicar de maneira assertiva seus produtos e serviços.
- Permite aos colaboradores, clientes e fornecedores conhecer mais a empresa, trocar mensagens, influenciar e ser influenciado por objetivos comuns.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Trabalhe com os colaboradores e o pessoal especializado para a definição clara do produto e dos serviços, destacando aquelas características especiais que a empresa possui e que serão atrativas para cada segmento do mercado.

- Incorpore o tema da sustentabilidade e as ações empreendidas para alcançá-la como uma forma de sensibilizar os viajantes responsáveis pela aquisição deste tipo de produto.

Quais benefícios sua empresa obtém?

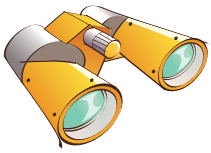
- Viabiliza a empresa para os clientes chaves e a posiciona em relação aos mercados.
- Uma boa campanha de comunicação atrai a atenção de outros setores interessados no turismo sustentável (jornalistas, instituições acadêmicas, investidores, instituições financeiras, etc.), que podem colaborar para melhorar a gestão sustentável ou os resultados das ações de marketing.

6.2 Marketing

O que é marketing?

Ao marketing cumpre oferecer soluções aos mercados, aos clientes ou aos consumidores referentes a suas necessidades, desejos e comportamento. Para cumprir sua missão de realizar a gestão de marketing (ou gestão comercial) das empresas, utiliza um conjunto de ferramentas administrativas e comerciais cujo propósito é promover a satisfação do cliente.

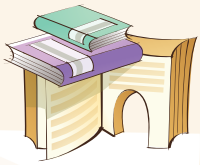
Marketing é tudo aquilo que uma empresa pode fazer para ser vista no mercado (consumidores finais), com uma visão de rentabilidade no curto e no longo prazo.



Qual é a importância de implementar o marketing?

- Identifica as necessidades, gostos e interesses dos clientes, para poder adaptar os produtos e serviços das empresas.
- Organiza todos os elementos empresariais, para produzir produtos e serviços que satisfaçam (ou superem) às expectativas dos clientes.
- Busca fidelizar clientes, já que, mediante distintas ferramentas e estratégias, posiciona na mente do consumidor um produto, uma marca, um nome, etc. Dessa forma, busca ser a opção principal em sua mente.
- Um programa de marketing implica gerenciar o produto, seu preço e a relação com os clientes, fornecedores e seus próprios empregados. A publicidade, em diversos meios, relaciona-se com os meios de comunicação (relações públicas), entre outras ações.

- Ao produzir um artigo ou ao oferecer algum serviço, é preciso analisar as oportunidades que o mercado oferece, isto é que tipo de consumidor deseja-se atender (segmento objetivo); qual é a sua capacidade de compra para adquirir o produto ou serviço e responder se este produto ou serviço atende a suas necessidades.
- Reconhecer quais são seus possíveis competidores, que produtos estão oferecendo, qual é sua política de marketing, quais são os produtos alternativos e complementares oferecidos pelo mercado e pesquisar as tendências de entrada de novos competidores e os possíveis fornecedores. Realizar uma auditoria interna na empresa, para determinar se realmente está em condições de executar o projeto (se dispõe de pessoal suficiente e qualificado, se possui os recursos necessários).
- Analisar que política de distribuição é a mais adequada para que o produto (ou serviço) chegue ao consumidor. De posse de todos os dados, a empresa realiza um diagnóstico: se este é positivo, se atende os objetivos e se cumpre as diretrizes para alcançá-los. Então, determina a quais clientes se deseja dirigir e que classe de produto deseja adquirir. Esta análise permite que a empresa desenvolva ações de comunicação e marketing para chegar ao cliente apropriado e gerar os volumes de venda que se definiu como objetivo.



O que sua empresa pode fazer?

- Desenvolva um Plano de Marketing para todos os produtos e serviços da empresa e contrate os serviços de profissionais (empresas ou assessores independentes) para que o transformem em ações de marketing e publicidade.
- Tenha objetivos concretos (histórico, datas, valores) de venda e comercialização de cada produto e serviço que a empresa oferece, para relacioná-los diretamente ao Plano de Marketing.
- Crie um programa de avaliação e medição dos resultados das ações de marketing e publicidade.
- Utilize seus esforços de sustentabilidade como um elemento distinto de seu produto.

Quais benefícios sua empresa obtém?

a) Clientes satisfeitos e dispostos a continuar adquirindo os produtos e serviços da empresa.
b) Produtos e serviços rentáveis e efetivos para a empresa.
c) Ações comerciais ordenadas e estruturadas, vinculadas a objetivos comuns a todos os departamentos da empresa.
d) Administração efetiva de todos os recursos da empresa.
e) Sustentabilidade assegurada para a empresa.

Âmbito Sociocultural

"Sem um Patrimônio Cultural, tangível e intangível não haverá turismo, pelo fato de este se encontrar intrinsecamente unido ao Patrimônio da Humanidade. O futuro de cada um de nós depende do outro."

UNESCO - Memórias do futuro

Introdução

A empresa turística convive com a beleza natural que a rodeia e, além disso, com uma cultura local. Este ambiente social é de grande importância para o êxito e a imagem da operação.

Imagine que boa impressão poderia causar ao turista se se trabalhasse para ter excelentes relações com os vizinhos. As empresas bem-sucedidas que são reconhecidas e recomendadas são aquelas que trabalham com e para as comunidades onde se encontram. Lembre-se de que a comunidade, com sua cultura, será uma influência permanente daquilo que você oferece ao turista.

A comunidade é uma grande referência de mercado. Muitas empresas percebem claramente que uma comunidade que convive com a empresa é outro agente de venda de seus serviços. A operação turística convive com um entorno social, ou seja, com um grupo de pessoas que compartilham objetivos de desenvolvimento, com base nos quais a relação entre o ator turístico e seu entorno sociocultural deve converter-se em uma base sólida para cumprir com a responsabilidade social. Dessa forma, precisa voltar-se para o desenvolvimento deste entorno, para o benefício mutuo das partes. Uma operação turística que mantém boas relações com o grupo social com o qual convive adquire um valor agregado que será percebido por seu cliente.

Os atores locais devem trabalhar no ambiente cultural de forma conjunta (neste caso, faz-se referência à empresa turística e aos habitantes da localidade). Ambos os grupos devem trabalhar para a conservação e a sustentabilidade dos aspectos culturais. Devem criar um atrativo que favoreça a motivação dos visitantes em relação a determinado lugar. Devem trabalhar decididamente para resgatar e preservar costumes, conhecimentos, leis, protocolos e etiquetas locais, vestimentas, religião, rituais, normas de comportamento e sistemas de crenças. É necessário que a empresa e a comunidade se unam para alcançar o desenvolvimento do homem e de seu entorno cultural.

O turismo, cada vez mais, busca fortalecer as comunidades e os negócios para que, unidos, trabalhem para revitalizar a economia local. O termo ***economia local*** *não deve ser entendido isoladamente como os ingressos gerados, mas como a melhoria dos indicadores de qualidade de vida que estes atores de desenvolvimento compartilham. A empresa turística está destinada a prestar ajuda àquelas localidades em que se observe um declínio em seu ambiente sociocultural, por meio do resgate e da revalorização de seus elementos.*

Ultimamente, os turistas demonstram um grande interesse por conhecer e beneficiar lugares nos quais se observem atividades destinadas à preservação da cultura local. Não obstante, documentam-se casos como o das Cataratas de Niágara, em que a comunidade manifestou a sensação de que o lugar já não lhes pertence. Este aspecto refletiu negativamente no desenvolvimento da empresa turística na região. O ideal que se pretende é que a comunidade sinta a operação turística em sua dimensão como um ator ativo no resgate de sua cultura.

Para isso, é indispensável manter um ambiente sociocultural saudável e forte, em que as comunidades locais sintam que têm participação no planejamento e na implementação das estratégias de desenvolvimento turístico. Muitas vezes, a empresa não tem suficiente informação para alcançar esta meta, mas o importante é criar e desenvolver um ambiente que promova boas práticas que favoreçam a preservação da área e, portanto, atraiam turistas interessados nos temas culturais.

***Princípios que se consideram no âmbito sociocultural:** A empresa é um membro da comunidade. Como tal, torna-se parte de sua cultura, posto que compartilha com os habitantes locais um conjunto de características distintas, espirituais, materiais, intelectuais e afetivas.*

A comunidade e a empresa desenvolvem laços que devem encaminhar- se para o desenvolvimento comum. Ambas têm a obrigação de resgatar e preservar as artes e as letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças, já que são aspectos que criarão um valor agregado a sua oferta turística. Por exemplo, quando os colaboradores de um hotel ensinam aos seus clientes algumas frases de uso comum, como bom-dia, "obrigado", boa-noite, "por favor", no idioma nativo, ajudam a propiciar um ambiente relaxado, e seu cliente se aproximará da comunidade.

Os aspectos socioculturais de uma política de sustentabilidade devem incluir os seguintes princípios:

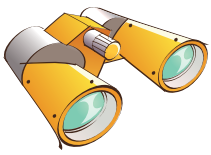
a) A empresa turística contribui para o desenvolvimento local de sua comunidade.
b) A operação turística respalda o respeito às culturas e às populações locais.
c) A empresa e a comunidade devem empreender ações que favoreçam o resgate e a proteção do patrimônio histórico-cultural.
d) A empresa e a comunidade devem propor atividades culturais que façam parte do produto turístico.

1. A EMPRESA TURÍSTICA CONTRIBUI PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA COMUNIDADE

Qual é a contribuição para o desenvolvimento local?

Anos atrás se dizia, em termos turísticos, que "as empresas geram emprego e melhoram a condição econômica de poucas famílias, e isso justifica sua contribuição à sustentabilidade e ao desenvolvimento da sociedade". Este argumento já não é totalmente satisfatório, pois apenas revela um setor em que as inter-relações socioculturais são constantes, dinâmicas e importantes para a qualidade do serviço prestado, mas ignora que o visitante estará em pleno contato com a comunidade e a cultura que envolve a empresa.

Atualmente, as empresas turísticas são parte da localidade em que atuam. Algumas vezes, os empresários se oferecem para trabalhar com as escolas e ministrar palestras sobre temas cotidianos em sua operação, como a importância das normas de higiene na preparação de alimentos. Em outras ocasiões, a empresa cede suas instalações para que a comunidade faça suas reuniões e oferte reuniões informativas referentes a seus projetos de desenvolvimento. O grupo social se desenvolve quando tem acesso à organização e aos serviços básicos, tais como educação, moradia, saúde e alimentação. A isso soma-se também o respeito associado a sua forma antiga de vida.



Qual é a importância de implementar o aporte para o desenvolvimento local?

A empresa turística é um ator aqui denominado como "comunidade local", o qual, quando contribui para o desenvolvimento de seu entorno, está contribuindo para seu próprio desenvolvimento. Desde o ponto de vista empresarial, um aporte que gera benefícios tão concretos é muito importante. Alguns destes benefícios são:

Benefícios econômicos

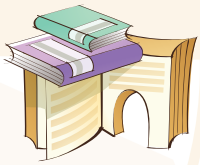
- A empresa conta com fornecedores que estão próximos dela. Juntos trabalham para ter os produtos e serviços que melhor se ajustem a suas necessidades. Tudo se reflete na redução de seus custos operativos.

Benefícios sociais

- Fomentar o desenvolvimento no lugar de trabalho permite criar um ambiente de boas relações, no qual o cliente final transita livremente dentro e fora da operação turística e chega a sentir-se seguro e confortável na comunidade, que trabalha unida em torno da atividade turística. Isso ajuda o cliente a motivar-se para participar e integrar-se culturalmente ao lugar, o que leva, implicitamente, à consequente adesão dos demais visitantes ou, provavelmente, vai criar uma razão para regressarem.

Benefícios ambientais

- A natureza é afetada por muitos aspectos culturais. Por exemplo, se a comunidade e a operação turística apoiam um programa de saúde integral, seu ambiente será saudável e livre de possíveis epidemias. Outro exemplo: quando uma empresa apoia um programa de educação ambiental na comunidade, ela não somente passa a ter uma paisagem livre de contaminação visual ou auditiva como também ajuda a sustentabilidade ambiental.



O que pode ser feito em sua empresa?

São várias as ações que surgem da empresa para tornar realidade sua contribuição para o desenvolvimento local e fazer por onde se alcancem os benefícios antes citados. Continuando, se detalham algumas ações que podem ser implementadas de forma simples e imediata:

a) Defina uma política clara e precisa como eixo de desenvolvimento empresarial que fomente o respeito e a contribuição com a cultura local

- Mantenha, por escrito, uma política em que manifeste seu compromisso com a sustentabilidade sociocultural. Deve ser uma política clara que revele seu apoio à cultura e ao desenvolvimento das comunidades vizinhas. Isso é um lembrete permanente para a tomada de decisões diária.
- Divulgue-a entre seus empregados, clientes e fornecedores, e a comunidade circunvizinha, para que seja conhecida por todos. Realize um bate-papo informal com seus empregados sobre como será esta relação.
- Informe aos seus clientes, seja por meio da internet ou de folhetos, sobre esta política.

- Quando realizar um pedido aos seus fornecedores locais, entregue um folheto com sua política e convide-os a implementar uma política similar. Isso estimula a autoestima de seus fornecedores e proporciona melhores serviços para sua empresa.
- Finalmente, em reuniões comunitárias, seja explícito ao manifestar que você conta com uma política de apoio para o desenvolvimento cultural. Então, sua empresa será relevante também para as autoridades locais.

- Além de difundir sua política em nível local, assegure de fazê-lo nas associações, clubes e grêmios a que pertença sua operação. É propício manter uma abertura para comunicar seus compromissos para ser reconhecido não somente em âmbito local, mas também em níveis nacionais ou regionais. Esta difusão pode se realizar mediante carta ou correio eletrônico dirigido a seus contatos. Com o tempo, é necessário enviar lembretes com os resultados alcançados com a implementação desta política.

b) Analise o sentimento das comunidades locais quanto à empresa turística e ao turismo, mediante a implementação de pequenas pesquisas de opinião, que devem ser realizadas regularmente

- Elabore uma lista de perguntas que permitam investigar como a comunidade percebe seu negócio e o turismo em geral. Defina um grupo da comunidade que inclua atores chave e com influência local para realizar a entrevista.

- Pesquise na internet ou em associações outros resultados, sejam positivos ou negativos, de comunidades onde este tipo de investigação tenha sido realizado, com a finalidade de comparar suas deduções.

- Processe os resultados e guarde-os. Registre sempre a data em que os tudo isso ocorreu. O sistema de pesquisas e entrevistas deve ser permanente. Manter estes registros permitirá avaliar em quais pontos você melhorou e em quais pode implementar ações para melhorar.

- Difunda os resultados de sua investigação entre os atores turísticos locais, mediante carta ou correio eletrônico. Esta é a informação chave para determinar ações de melhoria que podem ser implementadas em sua comunidade.

c) Promova e patrocine a criação de empresas conexas vinculadas à cadeia produtiva do turismo na comunidade

- Escreva, sob a forma de política da empresa, que existe uma prioridade para a compra de serviços e produtos em nível local. Assegure-se, por meio de cartas aos comércios locais, de que estes conheçam a política. Procure convencê-los a criar políticas similares. Dessa forma, você impulsionará para que o benefício econômico se reverta para a sua comunidade.
- Realize uma lista dos serviços e produtos de que necessita, por exemplo: lavanderia de roupa

de cama e toalhas ou comestíveis (carnes, hortaliças e verduras), de acordo com as características de serviço do produto que você deseja.

Lembre-se de que é importante mencionar as características do produto ou do serviço. Somente assim receberá o que deseja. Por exemplo, se você deseja verduras cultivadas de forma orgânica, seja muito explícito a este respeito.

- Proceda de maneira a difundir a lista de necessidades em sua comunidade, por meio de uma carta-convite para que o destinatário se converta em fornecedor de seu negócio. Não se sinta decepcionado se nas primeiras tentativas não encontrar tudo de que necessita. Lembre-se de que está criando uma oportunidade de negócios para outras pessoas de sua comunidade, o que poderá acontecer em um futuro próximo.
- No âmbito da operação, inclua perguntas e sonde os seus clientes para saber sobre a qualidade dos fornecedores locais e pergunte-lhes sobre como melhorar ou inovar seus serviços. Transmita a seus fornecedores esta informação para que possam implementar melhorias constantes.
- Incentive e promova a produção orgânica de frutas, hortaliças, carnes e outros produtos de consumo. Utilize-os em sua empresa e motive os seus colegas para que também o façam e, com isso, se aumente a demanda local.
- Para obter os serviços e produtos de que você necessita em sua operação, organize periodicamente (pelo menos uma vez por ano) um evento de capacitação sobre suas necessidades e trate com a comunidade temas como a vantagem de ter cadeias produtivas em nível local.
- Ajude na comercialização de produtos elaborados por empresas locais vinculadas a sua operação. Por exemplo: artesanatos ou produtos agroindustriais, como marmeladas e outros tipos de doce, produtos que podem ser vendidos na loja da empresa para o consumo de seus visitantes. Aproveite o momento da compra e venda para contar a um viajante como são produzidos e como sua compra beneficia a economia e o desenvolvimento local.

d) Apoie o planejamento e a execução de objetivos de desenvolvimento comunitário

- Seja membro ativo de sua comunidade. Participe de associações ou grupos criados localmente para a busca de um desenvolvimento sustentável. Por exemplo, se uma comissão é estabelecida para gerir um programa de tratamento de reaproveitamento da água, faça parte dela.
- Nas diferentes associações locais, manifeste seu compromisso de compartilhar as experiências de sua operação turística, especialmente para o desenvolvimento de processos como de saúde, higiene, nutrição, educação e reciclagem de resíduos.
- Ao mesmo tempo, ceda as instalações de sua operação para a realização das reuniões locais. Com isso, você reafirma seu apoio e conseguirá familiarizar a comunidade com sua empresa e

com os processos sustentáveis que esta patrocina. Por exemplo, durante a realização de uma reunião da comunidade, aproveite para mostrar como você recicla seus dejetos e, ao mesmo tempo, estimule que realizem ações similares em seus lares.

- Colabore com as gestões dos grupos comunitários perante as instâncias governamentais, fundações e universidades, entre outros, cuja meta seja alcançar os objetivos planejados nestes grupos. Por exemplo, seja você o líder de uma reunião da comunidade com uma universidade para que esta realize estudos com os estudantes acerca da flora e da fauna do lugar.
- Compartilhe com sua comunidade, em visitas programadas, as experiências de sua operação turística nos processos de construção de instalações e equipamentos, especialmente naqueles que foram regatados os valores culturais da região e os que buscam minimizar os impactos ambientais. Por exemplo, se você desenvolveu uma boa prática para o manejo da água, difunda-a entre os membros de sua comunidade e, ao mesmo tempo, incentive-os para que realizem atividades similares com suas famílias.
- Geralmente os projetos de desenvolvimento local necessitam dos projetos de desenvolvimento que estão sendo executados localmente e convide-o a realizar doações.

e) Implemente programas de capacitação permanente do capital humano local

- Em sua empresa, você conta com a definição dos postos de trabalho e suas funções específicas. Elabore e difunda na comunidade um perfil básico de competências de trabalho para os diferentes postos de trabalho de que sua operação necessita. Com isso, motivará as pessoas da comunidade para que se sintam atraídas a trabalhar com você.
- Em vários lugares, as empresas turísticas manifestam que a localidade não conta com pessoal qualificado. Para combater essa fraqueza, desenvolva junto com as comunidades locais e com outros atores um diagnóstico das necessidades de aprendizado comunitárias. Este diagnóstico será a base para programar suas capacitações e para conseguir ajuda de atores externos, sejam fundações ou centros educacionais. Dessa forma, incorpora-se mais gente local a sua operação.
- Pratique uma política aberta para estagiários locais que permita conseguir o pessoal local necessário. Lembre-se de que não somente se pode aprender de forma acadêmica como também através da prática. Mencione que aqueles estagiários terão, mais adiante, oportunidades de trabalho em sua operação ou em outras similares. Ao abrir a possibilidade de estágio, pense em começar por postos básicos. Dessa maneira, estará garantindo a inclusão de pessoal não especializado neste processo de capacitação.
- Uma vez que você e a comunidade conheçam as necessidades de capacitação, lidere a busca de alianças com organismos não governamentais, agências de governo e o setor acadêmico

para implementar uma oferta de cursos de capacitação na localidade, de acordo com as necessidades identificadas. Caso seja possível, ofereça suas instalações para a realização desses cursos, pois isso reforçará a familiarização da comunidade com sua empresa e ajudará na identificação dos melhores projetos a incorporar em sua operação.

- Entregue a seus fornecedores uma lista clara de suas necessidades de serviços e produtos locais. Caso não encontre o que necessita em nível local, busque atores externos que o ajudem a capacitar localmente os tipos de serviços e produtos (com suas normas) que a operação demanda. Por exemplo, se você se interessa em consumir produtos orgânicos, organize um treinamento dirigido aos agricultores locais sobre como cultivá-los.
- Inclua no orçamento da operação um item para patrocínio, seja com instalações ou ajuda econômica para a realização de cursos de capacitação considerados necessários para a comunidade e para seus possíveis fornecedores locais.
- No orçamento, destine um montante para patrocínio e bolsas de estudo para pessoas da comunidade que busquem acesso a cursos especializados em turismo.
- Apoie a comunidade, coordenando para que pessoal especializado ofereça palestras educativas. Por exemplo, você pode ministrar uma palestra sobre como manejar uma empresa ou convidar um especialista em alimentos e bebidas para ajudar a comunidade sobre higiene e nutrição. Ao difundir suas boas práticas, estará colaborando ativamente para o desenvolvimento local.

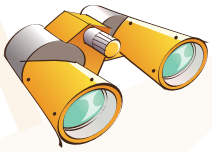
Viver com qualidade é uma escolha que você faz.

2. A OPERAÇÃO TURÍSTICA ATRIBUI RESPEITO ÀS CULTURAS E ÀS POPULAÇÕES LOCAIS

O que é o respeito às culturas e às populações locais?

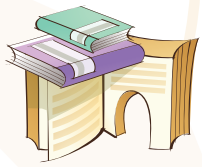
- O turista visita os lugares onde reconhece um ambiente agradável entre a operação turística e sua comunidade local. Isso se alcança mantendo relações de respeito entre os atores locais. A intolerância pode-se manifestar por muitas razões, como o desconhecimento da comunidade sobre os fins da empresa, e desta sobre os objetivos de desenvolvimento da comunidade.
- Geralmente, as regiões onde se estabelece uma empresa turística se destacam por sua população cordial e hospitaleira, grande parte da qual se mostra interessada em um possível desenvolvimento turístico. Para alcançar um quadro de respeito, as comunidades locais devem ser envolvidas em todo o processo de desenvolvimento turístico, desde o planejamento até a gestão dos produtos, com o intuito de alcançar os máximos benefícios econômicos, ecológicos e socioculturais.
- As comunidades desejam envolver-se com empresas que se sustentem no respeito e na valorização de suas raízes, cultura e riquezas naturais, assim como de suas próprias diferenças individuais. Não obstante, existem casos em que as operações turísticas se instalaram como um ator que não se envolve na cultura do lugar e podem adotar políticas que atentem contra seu desenvolvimento antigo. O passado pode ser tomado como um feito cultural de muito tempo atrás, que, inclusive, pode haver desaparecido em relação ao que hoje se conhece como tradicional. Por exemplo, em muitas comunidades indígenas os casamentos se dão quando os noivos têm pouca idade. Mas isso não quer dizer que relações deste tipo são permitidas a pessoas estranhas às comunidades, como os turistas. Em nenhum caso esta prática ancestral pode ser uma desculpa para permitir encontros sexuais entre os visitantes e as crianças ou adolescentes locais. A empresa tem a responsabilidade de estabelecer o respeito que deve existir com relação a esta prática e, também, disponibilizar informação para esclarecer seu contexto histórico.
- Em muitos casos, a empresa é o vínculo para que o turista possa apreciar lugares cujas tradições culturais e costumes sejam diferentes daquelas do lugar de origem. Por isso, em certas localidades acontecem mal entendidos quando os viajantes, normalmente sem aperceber-se disso, violam alguns costumes, o que provoca a consequente ofensa aos residentes.

- Um claro exemplo disso se observa na conduta que devem ter os hóspedes ao visitarem santuários religiosos, em que usam traje casual quando a comunidade tem, com base em sua religiosidade, outros códigos de vestimenta por respeito a suas crenças.
- É importante informar aos turistas os costumes locais, os comportamentos sociais não aceitáveis, a conduta em lugares sagrados e o oferecimento de gorjetas, entre outros. Também se deve esclarecer sobre a barganha de preços nos mercados e lojas, a reação dos moradores ao serem fotografados e qualquer outro aspecto relacionado com o respeito para com os valores e usos sociais da região.



Qual é a importância de implementar o respeito às culturas e às populações locais?

- O respeito e a convivência são fatores chaves para alcançar o desenvolvimento sustentável de uma região.
- Os serviços que a comunidade e a empresa oferecem, adquirem um valor agregado que os diferencia de seus competidores e os situa mais bem posicionado para a captação de novos hóspedes. A imagem da operação turística é reforçada com os compromissos sociais adquiridos, o que repercute na identificação dos trabalhadores com os princípios e valores da empresa e melhoram seu compromisso, motivação e produtividade.



O que pode ser feito em sua empresa?

A comunidade e a empresa devem estabelecer uma aliança a favor do turista que mantenha um alto grau de respeito e tolerância às diferenças, apontadas em um código de conduta que motive esta boa relação. Para alcançá-lo, podem-se desenvolver as seguintes sugestões:

Elabore uma política de contratação de pessoal que promova a equidade entre os gêneros e as etnias, e a incorporação de pessoas com capacidades especiais, entre outras, desde a perspectiva cultural da localidade onde trabalha. É indispensável respeitar todos os aspectos legais que levam à contratação de pessoal.

- Consulte um especialista legal sobre quais são as leis que regem a contratação de pessoal em operações turísticas como as suas. Lembre-se de que, em muitos casos, existem disposições explícitas na lei sobre a contratação de pessoas de grupos indígenas ou pessoas com capacidades especiais.
- Respeite as disposições legais que regem a contratação de menores de idade. O Convênio 138 da Organização Internacional do Trabalho pretende a erradicação geral do trabalho infantil e

estipula que a idade mínima para o acesso ao emprego não será inferior à do término da escolaridade obrigatória.

- Difunda, de forma exaustiva em sua comunidade, mediante cartas ou cartazes, as exigências de pessoal que tenha sua operação.
- Não discrimine os empregados por questões étnicas, de gênero, de raça, de cultura ou de religião. A diversidade cria um ambiente que ajuda o resgate das culturas locais, e este é outro atrativo de seu empreendimento.
- No momento de contratar, dê preferência a pessoas que demonstrem sua capacidade e que sejam de grupos minoritários ou com poucas possibilidades de obter emprego em outras atividades produtivas da região.
- Estabeleça cotas de sua folha de pessoal para serem ocupadas por pessoas vulneráveis. Ou seja, considere aquelas pessoas que por motivos econômicos, físicos, étnicos ou intelectuais estejam em desvantagem para conseguir emprego.
- Em algumas situações (como no Equador), esta quota é regida por lei, havendo uma quota de pessoal com capacidades especiais que deve ser contratado por toda a empresa.

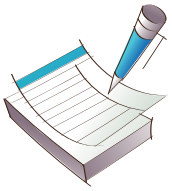
Apoie a instalação de um ambiente amigável entre a empresa e a comunidade. Para isso, promova a integração entre ambas, mediante a participação mútua em programas sociais, de esportes ou culturais.

- Delegue a uma pessoa específica de sua empresa a responsabilidade de criar um calendário anual com os acontecimentos sociais, esportivos e culturais da comunidade e da empresa. Por exemplo, várias comunidades mantêm campeonatos de futebol entre seus membros e outras comunidades.
- Motive uma reunião com sua equipe de trabalho para determinar em quais das atividades comunitárias pode participar a empresa e para quais atividades da operação pode convidar a comunidade.
- Divulgue entre seus empregados e seus hóspedes, mediante outdoors e cartas, as atividades programadas em conjunto com a comunidade e convide-os a participar ativamente delas. Algumas empresas reportaram que em muitos casos os turistas formaram equipes locais para participações esportivas.
- Ao final do período para o qual foram programadas estas atividades de integração, reúna o pessoal e avalie os resultados obtidos com esta relação.
- Enumere as melhorias, difunda os resultados obtidos e programe novamente para o próximo período.

O turista deve conhecer, com a ajuda da empresa, os códigos de conduta que encontrará na localidade que visita. Nestes códigos, deve-se apresentar o que se espera do turista, o que se espera da comunidade e o que se espera da empresa para que o ambiente sociocultural seja uma valiosa experiência.

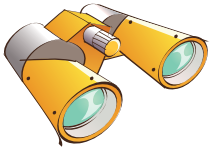
- Busque exemplos de códigos de conduta que tenham sido implementados em outros lugares. Dirija-se à Organização Internacional do Trabalho (OIT), que desenvolveu um módulo sobre turismo e sustentabilidade, no qual se fazem sugestões sobre as diretrizes para a elaboração de códigos locais. (Ver o exemplo citado no parágrafo seguinte.)
- A Organização Mundial do Turismo alerta sobre a necessidade de elaboração de um código sobre a prevenção da exploração sexual de crianças e adolescentes, que poderia ser a diretriz da relação que se gera pelo turismo em uma comunidade.
- Existem vários organismos que patrocinam códigos para a não discriminação de pessoas com enfermidades, como o HIV. Sua empresa poderia adotar esta medida para ajudar as pessoas com esta síndrome.
- A empresa e a comunidade devem recorrer a todos estes exemplos e, com base no diálogo e no consenso de seus membros, criar um código de conduta para a localidade.
- Uma vez determinado o código, é necessário buscar as maneiras para difundi-lo e mantê-lo vigente. Leve em conta a quem deseja transmitir estes parâmetros de convivência, ou seja, turistas, empregados, comunidade, organismos locais, associações, outras empresas, etc. Essa difusão pode ser realizada por meio de palestras, outdoors, página Web, empresas intermediárias de seu produto ou correio eletrônico.
- O importante é que o código proposto por sua empresa e a comunidade esteja sempre vigente e seja conhecido e respeitado por todos.
- É importante estabelecer quando se fará uma revisão do código e seus princípios. Para isso, deve-se convocar uma reunião que congregue a maioria dos atores turísticos. Nesta convocação, deve-se analisar quanto do código pôde ser aplicado e as melhorias ou novas inclusões que se devem efetuar.
- Motive outros setores a adotar códigos similares, difunda entre eles seus resultados e compartilhe suas experiências em outros lugares onde seja necessário.

3. A EMPRESA E A COMUNIDADE DEVEM EMPREENDER AÇÕES QUE FAVOREÇAM O RESGATE E A PROTEÇÃO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO-CULTURAL



O resgate e a proteção do patrimônio histórico cultural

- A empresa turística reconhece certos esforços que tendem a conservar e melhorar, de forma responsável, a preservação dos recursos do patrimônio cultural tangível, como arqueologia, coleções e obras de arte, e intangível, como vozes, valores e tradições populares. Este rol contribui eficazmente com outros organismos, tanto públicos quanto privados, na tarefa comum de conservar o legado antigo dos distintos lugares. A empresa turística, ao lado da comunidade, é que interpretará estes recursos com uma autenticidade que seja compatível com a realidade local.
- A conservação dos recursos do patrimônio cultural não impede que se estimulem ingressos econômicos mediante seu uso turístico, mas com o devido cuidado e consideração, de modo a preservá-los para as próximas gerações. Devem ser desenvolvidas estratégias de gestão do turismo que estejam em conformidade com as convenções, leis e regulamentos relativos à conservação dos recursos significativos do patrimônio e que respeitem as normas e os protocolos da comunidade que mantém, guarda e assegura o cuidado dos lugares importantes.
- No campo do turismo cultural, considera-se que, em essência, toda viagem poderia ser "cultural", já que todo turista adquire uma experiência de outro país, com base não somente no meio natural, mas, fundamentalmente, na comunidade e em suas relações com o entorno.



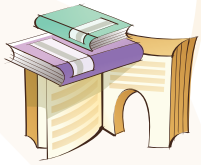
Qual é a importância de implementar o resgate e a proteção do patrimônio histórico-cultural?

- A autenticidade é fundamental para o turismo cultural, que atualmente está no auge. Constitui um elemento essencial do significado cultural, expresso por meio dos materiais físicos, do legado da memória e das tradições intangíveis que perduram do passado. Neste aspecto, coincide

com a maioria do setor turístico. Considera-se que nos próximos anos o turismo cultural será favorecido, entre outros fatores, porque está se verificando o envelhecimento populacional nos principais mercados emissores. Isso fará que haja mais gente com tempo livre para consumir este segmento turístico, especialmente pessoas que, por causa de sua idade, não irão realizar turismo de aventura.

- Pequenos lugares que resgataram atrativos culturais são hoje protagonistas no fluxo turístico mundial. O patrimônio que foi conservado com a ajuda da empresa turística e da comunidade serve como uma inspiração motivacional para atrair turistas. Pode ser tão variado como a gastronomia local, museus, ruínas históricas, rituais antigos, medicina dos antepassados, edifícios históricos (civis ou religiosos), cinema e dança como tão simples como o recurso do idioma que atualmente está desenvolvendo o chamado "turismo idiomático", que move milhões de pessoas de um lugar a outro pelo interesse que demonstram em aprender outros idiomas ou dialetos.

- A empresa turística tem grande oportunidade de negócios no nicho do turismo cultural, posto que um viajante para o qual a cultura é o principal motivo da viagem, quando está neste destino, vive uma experiência cultural intensa. Este visitante acumulou bastante informação sobre o destino antes de deslocar-se e não se limita à oferta cultural mais evidente. Além do mais, ele espera que a viagem sirva para conhecer em primeira mão o destino que escolheu, assim como ampliar seus conhecimentos e descobrir novos horizontes. Este tipo de turista é exigente e crítico. Ele espera encontrar no destino informação acessível e profissional.



O que pode ser feito em sua empresa?

A comunidade e a empresa devem considerar que muitos lugares contam com um patrimônio histórico importante. Por isso, é de suma importância trabalhar a sustentabilidade deste ambiente.

Juntos, devem estar dispostos a criar eventos, como concertos, rotas temáticas ou exposições complementadas com todo tipo de atividades, a partir de seu patrimônio histórico-cultural.

a) A operação turística e a comunidade devem participar dos processos de resgate e enriquecimento cultural, como a investigação sobre os antepassados e seus costumes.

- Crie um comitê de gestão cultural, junto com a comunidade. Identifique as necessidades urgentes quanto ao conhecimento básico do legado cultural da região. Deste processo será obtida uma lista básica de necessidades, com a identificação de quem pode ajudar a resolver estas insuficiências.

- Solicite à comunidade, às universidades e a outros centros acadêmicos ajuda para que estagiários possam realizar estudos sobre o patrimônio cultural do lugar onde se encontra a operação. Os estagiários deverão estar registrados e devem ser-lhes concedidas as facilidades necessárias para que, a partir de seu trabalho, enriqueça-se o conhecimento que se tem sobre a região.
- Submeta suas necessidades às instâncias governamentais. Isso pode ser essencial para o resgate, o registro e a proteção do patrimônio cultural da região. Mesmo tendo solicitado ajuda, o importante é não deixar de dar prosseguimento às realizações.

b. O turista está ansioso para conhecer a história e a cultura local. Por isso, é bom promover a preservação dos conhecimentos tradicionais e ancestrais, tais como: a medicina ancestral, histórias e lendas ou o uso de certas plantas locais para a nutrição

- A empresa turística deve incorporar em sua oferta os resultados obtidos com a investigação do patrimônio cultural local. Estes conhecimentos podem ser apresentados de diversas maneiras.
- Inclua na oferta gastronômica da empresa turística pratos tradicionais da região, desde que os gêneros utilizados em sua preparação não afetem a sustentabilidade natural. Por exemplo, se vai oferecer carne de um animal, este deve ser proveniente de zoocriadores habilitados para este fim. Do mesmo modo, com plantas e condimentos que incluam a diversidade destas espécies na região.
- Como complemento gastronômico, deve ser informado ao turista sobre os componentes nutricionais do prato e suas características culturais na região. Se a comida é preparada para certas ocasiões ou festividades locais, isso aumenta seu valor ao turista.
- Se a região é conhecida pelos seus processos medicinais antigos, a empresa turística e a comunidade devem transmitir essa experiência, para que os turistas a conheçam e a desfrutem. Tudo isso, complementado com a interpretação local de seu significado e atualidade, proporcionará um atrativo incalculável para as expectativas do cliente.
- A empresa turística e a comunidade colocarão à disposição de seus visitantes, seja por meio de sua página Web ou de literatura disponível no lugar, o levantamento dos feitos culturais que a região já obteve.
- A empresa turística se assegurará de que todos seus empregados entendam a dimensão cultural da região, para que sejam capazes de resolver as inquietudes referentes ao tema.
- Devem-se empenhar nos processos de capacitação de guias locais para que sejam os encarregados da interpretação dos feitos que serão desvendados para o turista.

- Finalmente, é necessário fazer o registro dos comentários que os clientes fizeram sobre sua experiência cultural. Isso servirá de base para que o Comitê de Gestão Cultural possa avaliar suas funções e realizações.

c) A empresa deve programar encontros para que o hóspede possa desfrutar do patrimônio cultural local. É recomendável apoiar e desenvolver encontros culturais entre o turista e as comunidades locais, tanto dentro da operação como em seus arredores, por meio de sua programação e difusão, como atividades opcionais da empresa

- Como parte das atividades do Comitê de Gestão Cultural, a empresa turística deve desenvolver uma lista das possíveis atividades culturais que servirão como ponto de encontro entre o turista e a população local.
- Forneça a motivação para que a comunidade desenvolva Pequenas e Médias Empresas (PME) que promovam as atividades culturais que serão oferecidas ao cliente.
- Deve-se estimular a participação ativa e de aprendizagem dos turistas em atividades de produção criativa de artesanatos da comunidade. Junto com as pessoas da comunidade, desenvolva um pacote no qual os turistas possam aprender e realizar tais atividades.
- Outra atividade é o intercâmbio de danças e músicas tradicionais. A comunidade pode fazer uma pequena apresentação de música e dança e, posteriormente, convidar os turistas para aprenderem este aspecto de sua cultura. Consecutivamente, deve-se estabelecer uma reunião para comentar os feitos.
- Mantenha em lugar visível o calendário de festas da comunidade, especificando em qual delas os turistas podem ter acesso como observadores e/ou participantes convidados.
- Convide os turistas a realizar doações destinadas ao resgate e à preservação do patrimônio cultural-histórico da comunidade local. Seja explícito quanto ao modo de realizar a doação e indique em que ela será utilizada.

Boas atitudes contagiam e provocam mudanças.

4. A EMPRESA E A COMUNIDADE OFERECEM ATIVIDADES CULTURAIS COMO PARTE DO PRODUTO TURÍSTICO

O que significa dizer com "A empresa e a comunidade oferecem atividades culturais"?

O patrimônio cultural tem sido até o momento um vasto território utilizado pelo turismo como um elemento chave para atrair turistas. Nele se encontram as manifestações históricas da região, como: sua arquitetura civil, religiosa ou militar, regiões com alto valor histórico, sítios arqueológicos, museus ou simplesmente coleções particulares que podem ser administradas pela comunidade ou, mesmo, pela empresa turística.

A empresa pode trabalhar em conjunto com um grupo étnico específico. Neste caso, o patrimônio cultural terá elementos como a arquitetura antiga do lugar, manifestações religiosas, tradições e crenças, música e dança, artesanatos, elaboração de instrumentos musicais, tecidos, indumentárias, máscaras, alfaiataria, trabalho em metais, pintura, feiras e mercados, comidas e bebidas típicas e, finalmente, práticas medicinais antigas.

O lugar pode ter outros recursos, como centros científicos, jardins botânicos, bibliotecas especializadas, parques de recreação, obras técnicas de grande importância para uma região, festivais de cinema, concursos permanentes, carnavais e eventos de esportes. Estes são os aspectos que a empresa e a comunidade devem trabalhar. Também, ambas devem definir qual é seu patrimônio cultural local, para logo fixar as atividades que podem ser oferecidas no lugar.

De acordo com cada caso, podem-se mencionar aquelas que a empresa turística e a comunidade poderiam oferecer:

Visitas nas quais o turista possa entreter-se, conhecer e aprender sobre os vestígios arquitetônicos que se encontram em um lugar. Muito dependerá da importância histórica do lugar e de

outros fatores, como o seu grau de manutenção, para que a empresa e a comunidade possam estabelecer formas de aproveitar ao máximo esta oferta.

Rotas artesanais

- Se a comunidade produz um artesanato, aliada à empresa turística, tem uma oportunidade muito boa para criar uma rota artesanal que indique ao turista o processo, desde a coleta da matéria-prima até a expedição dos produtos terminados.

Visitas a museus

- Algumas empresas turísticas se encontram próximas de museus históricos ou arqueológicos de comunidades locais que são de muita importância. Por exemplo, o Museu da Inconfidência em Ouro Preto; Museu do Diamante em Diamantina; Museu do Caraça em Catas Altas; Museu do Padre Toledo em Tiradentes; Museu de Arte Sacra em são João Del Rei; lugares que potencializam a demanda de turistas com motivação cultural na região.

Visitas educativas

- Cada vez mais, as instituições educativas oferecem viagens a um local específico para aprender sobre um feito cultural em particular. Se a empresa e a comunidade detectam como oferta a oportunidade de associar-se com o sistema educativo para o aprendizado sobre um tema cultural, seguramente, existe um produto com um forte potencial de êxito para as partes.

Participação em atividades cotidianas

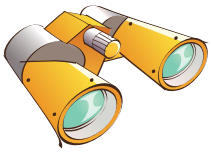
- Cada vez mais, existem pessoas que desejam ir a um lugar e se envolverem com a comunidade em suas atividades agrícolas, gastronômicas ou outras similares.

Festivais, congressos e eventos culturais

- Muita gente se vê atraída a visitar um lugar por este tipo de oferta. Para os turistas, é muito interessante participar de festival no mesmo lugar onde foi produzido ancestralmente.

- Considerando que o turismo (nacional e internacional) se converteu em um dos mais importantes veículos para o intercâmbio cultural, sua conservação deveria proporcionar oportunidades responsáveis e bem dirigidas aos integrantes da comunidade anfitriã, assim como proporcionar aos visitantes a experiência e compreensão imediata da cultura e do patrimônio dessa comunidade.

- A empresa turística e a comunidade devem ter claro que o planejamento da conservação e do turismo nos lugares de patrimônio deveria garantir que a experiência do visitante valha a pena e que será satisfatória e agradável.

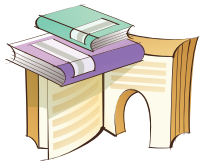


Qual a importância de se implementarem práticas para que a empresa e a comunidade ofereçam atividades culturais?

- Se a empresa turística demonstrar o uso de práticas culturais e sociais adequadas, isso aumentará o apoio ao turismo por parte das comunidades locais e minimizará o risco de que apareçam conflitos no futuro. Os problemas ou a ausência de apoio por parte das comunidades que têm uma percepção negativa dos turistas podem afetar negativamente a experiência vivida pelos visitantes e deter futuros visitantes.

- Cada lugar tem um patrimônio cultural distinto, que pode ser utilizado para atrair novos turistas. A empresa turística deve descobrir o potencial e seu valor para contrastá-los com as demandas dos turistas e, posteriormente, planejar atividades para que o turista possa desfrutar. É importante que a empresa conte sua história local por diferentes meios, como publicações e Internet, e que promova as diferentes possibilidades de atividades no lugar.

- Esta oferta cultural deve ser transferida aos operadores de turismo, para que possam desenvolver pacotes de diferentes maneiras. Dessa forma, ajudará a reforçar e melhorar os vínculos econômicos entre as comunidades e as empresas locais, favorecendo que um destino turístico seja sustentável a longo prazo.



O que pode ser feito em sua empresa?

- O turismo pode melhorar as condições de vida local. Mas um desenvolvimento sem controle pode criar vários impactos negativos, como iniquidade na obtenção de benefícios, mendicância, prostituição, alcoolismo e delinquência. A empresa turística e a comunidade devem pensar nestes possíveis impactos negativos. É necessário que se comprometam em promover uma aliança cooperativa que seja genuína e busque estabelecer uma relação baseada no respeito mútuo. Para isso, podem implantar várias ações operativas.

a) Promover o conhecimento sobre a produção artesanal da região, ao criar um atrativo de interesse e ao fortalecer os ingressos locais.

- Investigue as características culturais da região e os temas relacionados com sua arquitetura, história, crenças, danças e música.

- Consulte a comunidade sobre as características culturais que podem ser expostas abertamente aos visitantes. Colete o maior número de informações de pessoas chave da comunidade, como idosos ou estudiosos da cultura local.

- Mantenha a informação disponível para os turistas sobre os lugares e as empresas da comunidade que oferecem produtos artesanais, obras de arte ou outros trabalhos com valor cultural. Informe aos visitantes sobre a cultura, costumes, tradições e valores locais e proporcione pautas de como podem garantir que seu comportamento será respeitoso com as comunidades e pessoas que se possa encontrar.

- Incorpore a sua decoração e outros equipamentos artesanatos e utensílios feitos localmente.

- Junto a cada um deles, mantenha um texto informativo para o hóspede com dados relevantes sobre seu processo e seu significado na área.

- Promova a venda de obras e outros produtos realizados artesanalmente pela comunidade em sua empresa. Lembre-se de que tais materiais e produtos não devem prejudicar a sustentabilidade natural nem cultural da área.

- Programe, periodicamente, conversas sobre os assuntos culturais locais, para incorporá-los a seu plano de capacitação do pessoal que trabalha na operação.

- Difunda a riqueza artesanal local, mediante seu uso na decoração do lugar, a venda em uma loja de operação ou visitas a centros de produção.

b) Incentivar os turistas a conhecerem e compartilharem a riqueza de danças e música da região, dentro ou fora da operação, em momentos programados e difundidos

- Associe-se de maneira pessoal em grupos sem fins lucrativos e em projetos de desenvolvimento cultural, tais como grupos de dança e música tradicional.

- Ofereça seu assessoramento para que estes grupos contem com um plano que garanta os fundos necessários para a investigação e difusão dos ritmos antigos.

- Inclua em sua programação apresentações artísticas durante um evento especial, almoço ou jantar. Assegure-se de que o grupo receba um reconhecimento econômico por sua participação.

- Em relação à magnitude da oferta musical e de dança local, desenvolva com a comunidade a ideia de estabelecer um programa ou evento permanente em que se apresentem vários grupos artísticos da região e se possam convidar outros, em nível tanto nacional como internacional.

c) Promover o aprendizado de línguas nativas pelos turistas mediante sua inclusão em folhetos ou seu uso entre os membros da operação

- Investigue e reúna frases, modismos, nomes históricos, nomes geográficos, nomes gastronômicos e nomes comuns de animais e plantas da região. Faça uma lista com os significados de cada uma deles e seus usos. Em muitos casos, atrás do nome existem histórias muito interessantes.

- Difunda seus resultados, seja por meio de mapas, folhetos, publicações ou Internet. Os turistas se sentem muito atraídos por temas como estes, os quais os ajudam satisfazer sua experiência cultural.

- Muito do que foi compilado pode ajudar para adotar nomes locais em sua empresa. Por exemplo, vários hotéis dão às habitações nomes geográficos da região. Isso facilita guardar o lugar, já que podem fazê-lo com base no nome de cada habitação. Da mesma maneira, outros pequenos hotéis deram às suas habitações nomes de artesanatos, de canções ou de personagens ilustres da região.

- Muito do que foi complilado pode ajudar para adotar nomes locais em sua empresa. Por exemplo, vários hotéis dão às habitações nomes geográficos da região. Isso facilita guardar o lugar, já que podem fazê-lo com base no nome de cada habitação. Da mesma maneira, outros pequenos hotéis deram a suas habitações nomes de artesanatos, de canções ou de personagens ilustres da região.

- Para alcançar uma comunicação efetiva neste aspecto, lembre-se de que seu pessoal, para fazer uso da idiomática local, deverá conhecer o idioma de procedência do turista. A capacitação em idiomas de onde provém seu principal cliente é fundamental para o desenvolvimento de sua empresa e de sua pessoal.

d) Promover espaços que permitam o intercâmbio cultural

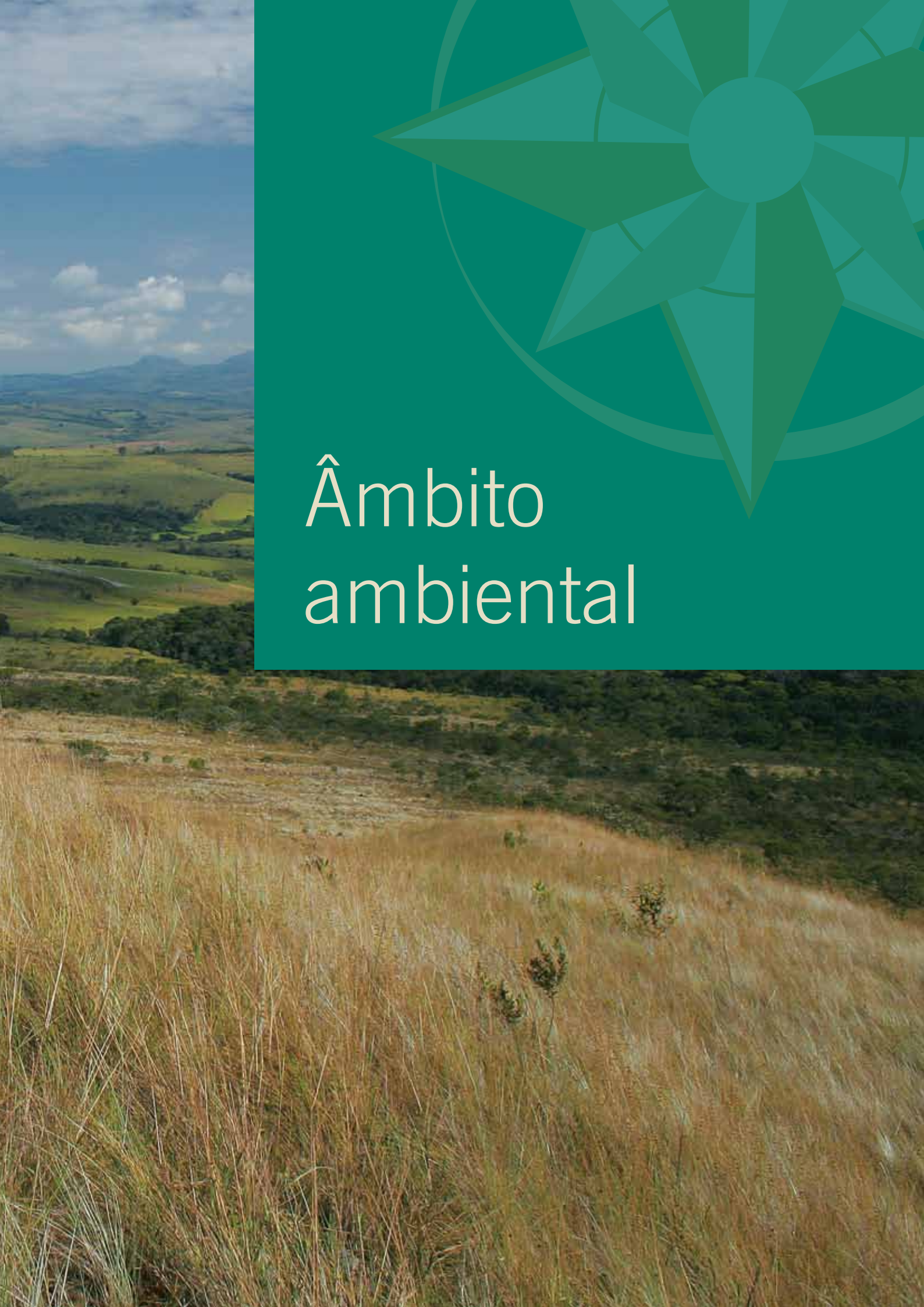
- Investigue e sistematize toda a informação disponível sobre rituais antigos do lugar. Tais rituais

podem ser mágico-religiosos ou feitos culturais que foram transmitidos de geração a geração.

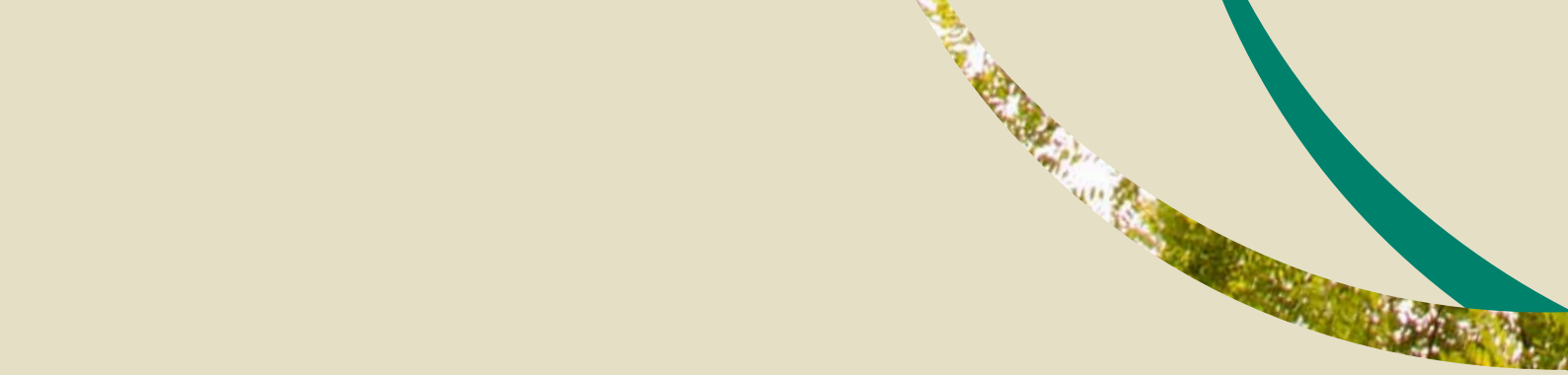
- Determine quais destes rituais podem ser vinculados ao turismo. Evite lugares privados ou muito sensíveis e busque o apoio da comunidade local para a seleção dos locais a visitar.

- Ofereça ao seu cliente visitas programadas a estes rituais antigos. Inclua paradas ou permanência em outros negócios locais como parte desta experiência turística. Assim, é possível aumentar os benefícios econômicos para os profissionais autônomos e agregar um elemento valioso de exclusividade ao atrativo.

Uma pequena atitude pode fazer nosso mundo melhor!



Âmbito ambiental



Introdução

Em muitos países que se encontram em vias de desenvolvimento o turismo pode ser mais lucrativo que as indústrias agrícolas, pecuárias, têxteis ou de outro tipo. Se a indústria turística não se regula adequadamente, pode gerar um impacto negativo na cultura local e no ambiente natural. Dia a dia se observam casos que ilustram esta situação. Por exemplo, a construção extensiva de hotéis, que danifica o ecossistema de um local. Os turistas produzem toneladas de resíduos plásticos próximo às praias, e o comportamento e a reprodução dos organismos silvestres se alteram. A natureza tem seus limites. Quando se deterioram as atrações de um local por seu uso inadequado, o destino turístico enfraquece.

O crescimento da conscientização ambiental e social dos viajantes de hoje deve ser considerado nos planos de ação dos empresários turísticos. Então, estes devem adotar práticas amigáveis com o ambiente.

Esta seção do Guia de Boas Práticas foi elaborada para as empresas turísticas, com o propósito de promover uma relação sustentável entre recursos naturais, ambiente e turismo. E, ainda que esteja dirigida principalmente às empresas, também funciona como instrumento para selecionar fornecedores ou partes interessadas com base nos critérios de sustentabilidade. Assim, também pode ser uma ferramenta para quem busca obter a certificação turística para garantir aos viajantes que sua empresa implementa boas práticas ambientais e sociais.

Nesta seção, desenvolvem-se temas de interesse para os empresários turísticos, como:

AQUECIMENTO GLOBAL, ÁGUA, ENERGIA, BIODIVERSIDADE, BIODIVERSIDADE NOS JARDINS, ÁREAS NATURAIS E CONSERVAÇÃO, RESERVAS NATURAIS PRIVADAS, RESÍDUOS SÓLIDOS, CONTAMINAÇÃO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL.

Cada tema explica a importância de conduzir as boas práticas em cada uma das áreas operativas da empresa, assim como apresenta recomendações sobre como implementá-las. Além disso, são citados exemplos de empresas que têm obtido grandes benefícios decorrentes suas boas práticas. Finalmente, incluem-se fontes adicionais de informação atual.

As boas práticas para o turismo sustentável formam destinos turísticos responsáveis, por minimizar seu impacto negativo no ambiente. Sua contribuição para a conservação da biodiversidade e para o bem-estar das comunidades locais é uma mostra que exemplifica que turismo e o desenvolvimento sustentável podem seguir na mesma direção.

1. AQUECIMENTO GLOBAL

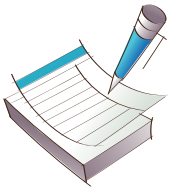
O que é o aquecimento global?

- Este tema tem por objetivo principal esclarecer as pessoas sobre o aquecimento global, por se tratar de um problema grave que afeta os ecossistemas e a sustentabilidade da indústria turística. Esta seção proverá um guia para minimizar a geração de gases de efeito estufa causadores do aquecimento global.
- Desde sua formação, a Terra tem experimentado mudanças graduais em seu clima. Porém, nos últimos anos essas mudanças têm sido muito drásticas em um período curto de tempo. Frequentemente, evidenciam-se os efeitos dessa mudança climática. Por exemplo, as catástrofes naturais, produto do aumento da temperatura global.

A mudança climática pode ser resultado da atividade humana

- A mudança climática consiste na alteração da temperatura global do planeta. De acordo com a história do planeta, para uma mudança radical no clima da Terra, usualmente, demoram-se milhares de anos. Todavia, hoje em dia há evidência de que em poucas décadas pode ocorrer uma mudança severa no clima global. Existe uma série de estudos científicos que sugerem que o clima está cada vez mais quente. Tal situação tem sido provocada por certas atividades do ser humano, que incrementam o efeito estufa.

EFEITO ESTUFA



O que é o efeito estufa?

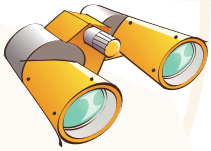
- Efeito estufa é o aquecimento da atmosfera devido à retenção do calor causado por certos gases que evitam sua dissipação para o espaço exterior. Os raios do Sol entram na atmosfera terrestre. Parte da radiação se escapa ao espaço e parte fica retida, em forma de calor, na Terra.
- O efeito estufa é necessário para que se mantenha a vida no planeta. Mas quando se altera a composição da atmosfera, o calor já não se libera nem se retém de maneira regular. A principal causa

decorre das queimadas, somadas aos aviões e automóveis que emitem dióxido de carbono (CO_2), o principal gás causador do efeito estufa. Unidos ao dióxido de carbono, encontram-se outros, como: metano (CH_4), que se produz nos campos pecuários; óxidos de nitrogênio, provenientes das fábricas; vapor de água (H_2O); e clorofluorcarbonos (CFC), que são gases artificiais. Quanto maior a quantidade de gases de efeito estufa na atmosfera, maior é a quantidade de calor que se retém.

Consequências do aquecimento global

O aquecimento global gera uma série de mudanças no clima e nos processos naturais do planeta:

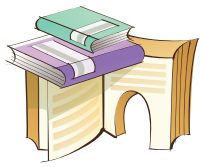
- As geleiras e as calotas polares se derretem e aumenta o nível do mar, causando o risco de inundar cidades costeiras e ilhas.
- As direções das correntes de ar e oceânicas mudam. Os padrões das chuvas são cada vez mais imprevisíveis e o tempo atmosférico se mostra mais extremo.
- A água se evapora mais rápido com o aumento da temperatura global e o ciclo de água fica afetado.
- Produzem-se mudanças na biodiversidade. Por exemplo, alteram-se os padrões de migração de algumas aves e acelera o aumento das populações de mosquitos e outros vetores transmissores de enfermidades.



Qual é a importância de implementar boas práticas de manejo para prevenir o aquecimento global?

- As atividades turísticas influenciam de maneira significativa a mudança climática, devido ao gasto de combustíveis e energia em geral.
- O aquecimento global ocasiona a perda de habitat para muitos organismos silvestres. Além disso, certas zonas já não serão aptas para a sobrevivência de certas espécies. Em consequência, nestas áreas haverá menos espécies atrativas para os turistas.
- Os padrões de migração de baleias, aves, borboletas e outros animais se alteram com a mudança climática, e as atividades turísticas relacionadas são afetadas.
- Os fenômenos atmosféricos extremos, tais como inundações, tormentas elétricas, chuvas muito fortes e tornados, intensificam-se com o aquecimento global. Isso poderia ocasionar danos na infraestrutura turística, que originam enormes gastos econômicos para a reparação e afetam a estabilidade laboral do pessoal.

- Os efeitos do aquecimento global afetam as operações das empresas no caso de mudanças imprevistas no tempo atmosférico e fazem com que o planejamento seja alterado nas atividades turísticas.
- Os destinos costeiros e as ilhas sofrem uma indigência no turismo por temor às inundações.
- O aquecimento global propicia o aumento de zonas favoráveis à reprodução de mosquitos e outros vetores de enfermidades, o que pode levar à deterioração das condições de saúde das comunidades hóspedes. O número de turistas diminui pelo temor de contrair enfermidades como a dengue.
- O ciclo hidrológico e os padrões de precipitação se alteram, o que pode afetar a disponibilidade de recursos de água doce e o turismo de pesca.



Que pode ser feito em sua empresa?

- No campo turístico, toda empresa deve fazer as modificações necessárias para reduzir a produção de gases de efeito estufa, assim como se preparar para enfrentar emergências que sejam provenientes, ou não, do aquecimento global. Os seguintes conselhos práticos são um guia para alcançar esses objetivos:

Para reduzir a emissão de gases de efeito estufa

- Siga as recomendações dos temas de Água, Energia, Resíduos sólidos e Contaminação deste Guia para a redução da produção de gases de efeito estufa.
- Informe a seu pessoal e os turistas sobre o aquecimento global, suas implicações para a empresa e as maneiras de diminuir seus efeitos.
- Calcule o rastro de carbono que deixa sua empresa, quer dizer, a quantidade de dióxido de carbono e outros gases de efeito estufa que se emite durante o ciclo completo de um serviço ou produto, a fim de determinar quando e onde se deve utilizar um processo mais eficiente.
- Promova viagens neutras quanto à emissão de carbono.. Isso consiste em compensar as emissões de dióxido de carbono produto da viagem. A compensação pode ser em forma de contribuições (monetárias ou de outro tipo) para projetos de energia renovável, compra de terrenos para conservar, etc.
- Cultive árvores nativas e/ou contribua com as áreas naturais protegidas. As árvores nativas ajudam a absorver o dióxido de carbono da atmosfera.

- Utilize automóveis com tecnologias modernas para a redução de emissões de dióxido de carbono. Por exemplo:
    - Sistema de distribuição variável. Esta tecnologia varia a abertura e a trava das válvulas do motor, o que ajuda a promoção de uma melhor combinação entre ar e combustível, permitindo ao motor consumir menos energia.
    - Modelos aerodinâmicos. Um desenho aerodinâmico diminui a resistência e consome menos combustível.
    - Desativação de cilindros. Este sistema apaga um ou mais cilindros dos motores grandes quando não se necessita potência adicional.
    - Unidades de ar-condicionado eficientes nos automóveis, impedindo que escapem para a atmosfera os gases HFC (hidrofluorcarbonos, gases de efeito estufa muito poderosos).

Para enfrentar emergências

- Determine os tipos de perigos derivados do aquecimento global a que sua empresa está exposta. Por exemplo, se está localizada em uma área de risco de sofrer uma inundação em caso de chuvas fortes ou se localiza em uma região propensa a longas secas.
- Analise a frequência com que acontecem eventos climáticos extremos na região.
- Elabore, com a assessoria de um especialista, um plano de emergência para enfrentar esses eventos.
- Revise o âmbito econômico deste Guia para mais informações.

Que benefícios sua empresa obtém?

- A economia de energia se traduz em maiores vantagens para os empresários, sem necessidade de fazer grandes investimentos. Em um hotel pequeno ou médio, usualmente, consomem-se 100kWh por hóspede/noite, enquanto que em um hotel eficiente se gastam menos de 25kWh por turista.
- A vida útil dos aparelhos elétricos se prolonga ao reduzir seu uso e ao dar-lhes manutenção.
- A empresa ganha prestígio ao implementar um programa de economia de energia, já que isso contribui para reduzir os efeitos do aquecimento global.
- O impacto negativo produzido pelo uso de combustíveis se reduz e se geram benefícios para o ambiente, que poderá ser desfrutado por muitos turistas a longo prazo.

2. RECURSO ÁGUA

O que é o recurso água?

- Nesta seção do Guia, apresentam-se boas práticas de gestão para reduzir o consumo de água e criar consciência sobre o aproveitamento e conservação deste valioso recurso.

"Se há tanta água no planeta, por que se diz que temos que economizar?"

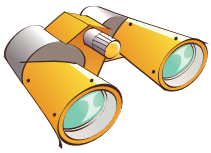
- A água existe em forma abundante. No entanto, 97% da água do planeta é salgada e está em mares e oceanos. Somente 3% é água doce, encontrando-se, em sua maioria, em forma de gelo, nos polos e nas geleiras. Apenas 0,3% dessa massa total de água doce pode ser utilizado pelos seres humanos na alimentação e higiene pessoal, produção de energia, irrigação de campos agrícolas e distintos processos industriais, entre outros múltiplos usos. O líquido se encontra em forma de água subterrânea, assim como em rios, lagos e outros terrenos úmidos.

Uma pessoa gasta, aproximadamente, as seguintes quantidades de água:

CONSUMO DE ÁGUA POR PESSOA	
Atividade	**Litros de água usados**
Beber de água ao dia (8 copos).	2
Lavar as mãos.	2
Escovar os dentes sem fechar a torneira da água	7
Cozinhar/lavar alimentos.	9
Descargas nos vasos sanitários	20

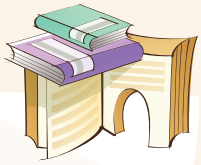
Atividade	**Litros de água usados**
Lavar os pratos (a mão ou em lavadora de pratos)	11
Tomar banho por 10 minutos com chuveiro regular	150
Lavar uma carga de roupa na lavadora	190
Regar um jardim de $10m^2$	250
Lavar o carro por 15 minutos.	400
TOTAL	**1.140**

Em uma região onde a quantidade de pessoas se incremente em um curto período de tempo a demanda de água aumentará de tal maneira que poderia diminuir severamente a disponibilidade de suas fontes, e com isso se altera a duração do ciclo da água.



Qual é a importância de implementar boas práticas de gestão no recurso água?

- Poucos recursos são tão críticos como a água no campo de turismo.
- Muitos serviços e atrações turísticas necessitam da água para poder conduzir-se bem, para funcionar.
- Os turistas consomem muita água. Algumas vezes, até mais do dobro que um residente. Em um hotel mediano, usualmente, gasta-se uma média de mais de 400 litros de água por dia por turista, enquanto que uma empresa de aluguel de carros utiliza cerca de 300 litros para lavar um veículo.
- A redução do consumo de água diminui os custos de operação da empresa.
- A empresa que conserva as fontes de água consegue uma boa imagem perante os turistas responsáveis.
- A economia de água ajuda a proteger o recurso hídrico da comunidade, uma vez que promove uma relação sustentável entre água, ambiente e turismo.



O que pode ser feito na sua empresa?

Na prática, é relativamente fácil efetuar certas mudanças nos hábitos de consumo de água para obter bons resultados em muito curto tempo. Para isso:

- Mantenha controles e registros periódicos sobre o uso de água. Instale medidores por áreas operativas (habitações, lavadoras de carros, etc.) para determinar quais consomem mais água. Com o resultado obtido, melhore os processos, o desperdício e a manutenção.
- Faça um registro conforme modelo indicado a seguir. Considere a informação que aparece na conta de água de cada mês (se tiver fonte de água própria, coloque um medidor na tubulação de entrada para ter o controle do consumo)

Data	Área	Consumo (m^3)	Observações	Responsável
Novembro 2008	Cozinha	300	Aumento de 80m^3 com respeito ao mês anterior. Revisar fugas.	José Vargas

- Calcule a quantidade de água consumida pelo visitante e/ou atividade turística. Determine, depois de colocar em prática as recomendações neste Guia, se estes tem sido efetivos em termos de economia de água ou se necessita implementar medidas adicionais.

- Contrate uma empresa para que faça análises da qualidade da água de sua empresa (tubulação, gelo, piscinas, entre outros).
- Analise com que frequência ocorrem incidentes de escassez de água na região. Determine que medidas de contingência podem ser aplicadas nesses casos.

Prevenção e manutenção

- Programe uma manutenção geral para revisão de tubulação, instalações e reparação de torneiras e registros que gotejam ou outro tipo de perdas. Isso deve acontecer uma ou duas vezes ao mês. Deve-se designar uma pessoa encarregada de dar prosseguimento.
- Solicite a seus empregados e clientes que comuniquem os vazamentos que detectam.
- Mantenha um tanque com água em sua empresa para poder facilitar a seus clientes em caso ocorrência de evento inesperado (por exemplo, obstrução no sistema de abastecimento de água na localidade).

Medidas simples em habitações e banheiros

- Motive os turistas a participarem da economia de água. Divulgue instruções sobre como ajudar nesta tarefa. Utilize meios discretos, mas visíveis e atrativos, para comunicar os conselhos de economia, como um cartão impresso na habitação ou placas colocadas estrategicamente em distintos pontos da companhia.
- Instrua os turistas a colocarem em prática as seguintes ações:
  - Fechar a torneira quando não a estejam utilizando (enquanto escovam os dentes, se barbeiam ou ensaboam).
  - Reutilizar as toalhas e os lençóis que estejam limpos: poderiam colocar no chão aquela roupa de cama ou as toalhas que querem que sejam lavadas e deixe em seu lugar a que ainda está limpa. Dessa maneira, ao não lavar toda a roupa de cama, nem as toalhas cada dia, um hotel pequeno pode economizar mais de 5.000 litros de água ao mês.
  - Utilize sanitários eficientes que apenas gastem 6 litros de água por descarga (os convencionais consomem o triplo dessa quantidade). Esta ação pode economizar 50% de água nos banheiros.
  - Adquira dispositivos retentores de água para torneiras e duchas, tais como aeradores ou arejadores. Estes são econômicos, de fácil instalação, economizam grande quantidade de água e mesclam a água com um jato de ar, pois aumentam a pressão com a que sai a água e criam um efeito de espuma. Assim, oferecem ao turista uma agradável sensação de limpeza e de bem-estar, gastando um volume de água menor que o que sai por uma torneira ou uma ducha convencional. Isso implica uma economia de água de até 50% por pessoa ao dia.

Economia de água na cozinha e na lavanderia

- Recomende a seus empregados lavar frutas e verduras em um recipiente com água em vez de fazer debaixo de uma torneira aberta. Reutilize essa água para regar o jardim.
- Utilize a lavadora de pratos e a lavadora de roupa quando tiverem cargas completas. Em caso de não contar com um aparelho para lavar pratos, solicite ao encarregado desta tarefa que ensaboe os pratos com a torneira fechada.
- Use lavadoras eficientes, que não consumam mais de 60 litros de água por 4 quilos de roupa no ciclo normal de algodão.
- Instale válvulas limitadoras de fluxo naqueles casos em que deseja regular a quantidade de água que utiliza uma atividade. Dessa maneira, assegurará que apenas se utilize o volume de água necessário para terminar o processo.
- Adquira equipamentos de cozinha que permita economizar água. Por exemplo, uma cafeteira com um sistema denominado “distribuição contínua” (com conexão direta a rede de água).

Para o jardim e a limpeza das instalações

- Regue os jardins muito cedo pela manhã ou próximo do anoitecer.
- Coloque pistolas de jato mecânicas na extremidade das mangueiras de regar para controlar o fluxo e a pressão da água, para não ter que deslocar-se para fechar a torneira.
- Adquira um compressor móvel e pistolas para lavar a pressão, caso necessite realizar trabalhos de limpeza intensiva minuciosamente. O compressor incrementa a pressão com que a água sai. Com isso, consegue-se limpar melhor com menos água.
- Reutilize as águas cinza (aquelas usadas para lavar a roupa ou provenientes dos banhos) para irrigar jardins e limpar terraços, paredes, garagens ou pavimentos. No mercado, há sistemas que consistem em tubulações e depósitos que coletam essas águas e as depuram.
- Capte a água de chuva e utilize-a para regar jardins ou para lavar instalações e veículos. Existem sistemas no mercado (também se pode fabricar a baixo custo) que permitem captar a água de chuva que cai sobre o teto mediante canaletas que transportam o líquido para um depósito de armazenamento.

3. RECURSO ENERGIA

O que é o recurso energia?

Neste manual, o propósito de tratar o tema da energia consiste em instruir empresários do setor de Turismo sobre a economia de energia e a utilização de fontes alternativas, com o fim de reduzir a emissão de gases contaminantes que degradam o ambiente, assegurar a sustentabilidade de sua empresa e, dessa forma, diminuir os custos de operação.

A energia é que faz tudo acontecer. Pode ser obtida de fontes como o sol, a água, os combustíveis fósseis, o vento, o magma e a matéria orgânica, entre outros. Os combustíveis fósseis, uma das fontes mais utilizadas no mundo para obter energia, encontram-se em quantidade limitada na natureza e demoraram milhões de anos para se formarem. Seu uso pode proporcionar o esgotamento das reservas.

A água também é utilizada em muitas regiões para a produção de energia. É uma fonte de energia limpa e renovável, porque pode ser reutilizada. Porém, na atualidade, o clima muda de maneira imprevisível, e podem ocorrer períodos de seca prolongados, que fazem a diminuição da produção de energia. Na construção de uma represa hidroelétrica se alteram os ecossistemas naturais.

Energias alternativas

Os inconvenientes que as energias convencionais apresentam para produzir eletricidade têm promovido maior interesse pelo uso de energias alternativas e limpas, como as seguintes:

Energia solar

- Obtém-se das radiações do sol, coletadas por meio de painéis e baterias solares, que as convertem em eletricidade.

Energia eólica

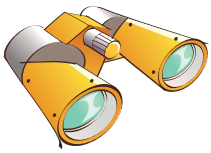
- Utiliza a força do vento, cuja energia se capta por meio de moinhos de vento ou aero-geradores.

Energia geotérmica

- Utiliza o calor do magma do interior da Terra para gerar eletricidade nas centrais geotérmicas.

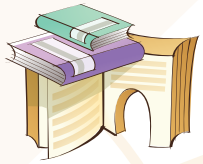
Energia biomassa

- Aproveita matéria orgânica, seja mediante a queima direta ou por meio de processos que a transformam em material combustível. Em muitos lugares, utilizam-se biodigestores, que transformam em biogás os resíduos da agricultura e a pecuária. Serve como combustível e para gerar eletricidade.



Qual é a importância de implementar boas práticas de gestão no recurso energia?

- As reservas de combustíveis fósseis estão se esgotando e não podem renovar-se.
- A produção de energia com combustíveis fósseis gera contaminação, o que pode contribuir para o aquecimento global e causar danos no ambiente.
- A indústria turística depende muito da energia para o transporte, a iluminação de habitações e o uso do ar-condicionado, entre outros.
- A energia, em geral, corresponde ao maior gasto operativo depois da folha de pagamento do pessoal da empresa turística.



O que pode ser feito em sua empresa?

As boas práticas no uso da energia dão bons resultados, e rapidamente. As recomendações seguintes podem ser aplicadas em sua empresa:

Medidas gerais

- Calcule a energia consumida em sua empresa. Primeiro, determine seu consumo mensal. Usualmente, mede-se em kWh, kilowatt-hora. Em um hotel, divide-se a quantidade total consumida entre o número de hóspede/noite). Segundo, determine o volume consumido de outras fontes de energia, como diesel, gasolina ou gás. Encarregue uma pessoa para cuidar deste trabalho.
- Percorra as instalações de sua empresa e identifique em quais áreas se gasta mais energia e quais oportunidades de economia se apresentam. Considere o seguinte quadro de exemplo:

Quantidade aproximada de kilowatts por hora (kWh) consumidos por mês por 4 turista em uma empresa pequena

Aparelho	Kilowatts/hora	Porcentagem do total (%)
(kWh) mensais		
Ar-condicionado de janela (10 000 BTU), 8 horas diárias	320	13,61
Ventilador de teto, 8 horas diárias	20	0,85
Iluminação (30 lâmpadas incandescentes)	338	14,38
Cozinha elétrica com forno	650	27,66
Refrigerador com congelador	270	11,49

Lava-pratos automático	50	2,13
Forno de micro-ondas	42	1,79
Torradeira	20	0,85
Cafeteira	12	0,51
Secadora de roupa	100	4,26
Lavadora de roupa	12	0,51
Televisão	40	1,70
Aspirador	6	0,26
Aquecedor de água	470	20
TOTAL	**2350**	**100**

- Capacite o seu pessoal para que saiba aplicar medidas de economia de energia.
- Coloque placas nas instalações para pedir aos turistas que apaguem as luzes, os ventiladores e outros aparelhos elétricos quando não os necessitem.
- Estabeleça um programa de manutenção preventiva para as instalações elétricas e os principais aparelhos que consomem eletricidade, com a finalidade de detectar cabos rompidos, tubulações com falta de material isolante e eletrodomésticos que produzem sons estranhos, entre outros.
- Reúna-se com membros de outras empresas turísticas de sua localidade para calcular a energia consumida entre todos, a fim de compartilhar e avaliar a eficiência das boas práticas que aplicam e comparar as economias que alcançaram.
- Adquira produtos cuja manutenção requer menos energia, como toalhas e roupa de cama de algodão orgânico, que podem ser lavadas a baixas temperaturas.
- Aproveite o calor do sol para secar a roupa de cama, as toalhas e os uniformes.
- Faça arranjos na arquitetura das instalações de maneira que haja boa ventilação, superfícies que reflitam o calor e isolamento de tetos e janelas.
- Aplique as recomendações sugeridas para economizar água, pois em muitos casos ao fazer isso se economiza energia também.
- Analise que tipos de energias alternativas podem ser implementadas em sua localidade. Empenhe-se em integrar sistemas de energias alternativas em sua instituição gradualmente. Por exemplo, biodigestores ou painéis solares para esquentar a água.

Ar-condicionado e calefação

- Aproveite a ventilação natural. Utilize mais ventiladores elétricos de teto, porque consomem apenas 15% da energia que gastam os equipamentos de ar- condicionado. Pode utilizá-los em períodos e dias mais frescos.

- Plante árvores ou arbustos nativos ao redor de sua empresa para proporcionar sombra sobre paredes e janelas, e cortar o vento. Isso pode economizar em torno de 20% de energia.
- Efetue a manutenção e a limpeza da caldeira a gás ou a óleo ao menos uma vez ao ano para que funcione com maior eficiência. Contrate uma boa empresa para este trabalho. Cubra a tubulação da caldeira com material isolante para evitar que a água quente se esfrie nos tubos.
- Compre unidades de ar-condicionado eficientes, posto que o ar-condicionado gasta até 60% da energia de um hotel. Prefira aqueles que utilizam ar para condensar em vez de água.
- Limpe os filtros das unidades de ar-condicionado regularmente, para evitar um gasto maior de energia e problemas respiratórios.
- Assegure-se de que os canais de ar-condicionado não estão obstruídos.
- Instale controles automáticos para desligar os aparelhos de ar-condicionado quando o hóspede não estiver no quarto.
- Agregue isolamento para o teto, as portas e as janelas. Isso evitará que penetre grande quantidade de radiação nas instalações e proporcionará a economia de uma carga no ar-condicionado. Coloque massa nas gretas das paredes. Em dias muito frios esta medida conserva o calor adentro, o que economiza até 20% de energia.
- Aplique uma película especial nas janelas para controlar a entrada da radiação solar. Dessa maneira, economiza energia de ar-condicionado.

Iluminação

- Aproveite ao máximo a luz solar.
- Pinte as paredes com cores claras, que refletem mais a luz e acentuam a iluminação.
- Instale clarabóias para introduzir maior quantidade de luz nas instalações.
- Retire o pó das lâmpadas com frequência, para não bloquear a luz.
- Instale sensores e controles automáticos ou temporizadores para apagar automaticamente as luzes em adegas, salas de reuniões ou áreas públicas.
- Utilize lâmpadas que consomem menos energia no vestiário, jardim, corredores e outras áreas de uso comum. Por exemplo, use lâmpadas fluorescentes de tecnologia recente, que duram até 10 vezes mais e gastam um terço da eletricidade que consomem as lâmpadas incandescentes regulares. Não use fluorescentes em banheiros ou locais onde tenha que apagar e acender com frequência, pois isso os danifica (melhor, então deixá-los acesos se tiver de usá-los em menos de cinco horas, já que ao acender consome muita energia).
- Ilumine cada área de acordo com sua função. Ou seja: menos iluminação para as áreas que não são muito utilizadas.

Eletrodomésticos

- Compre aparelhos elétricos modernos e eficientes quanto ao uso de energia. Leia as etiquetas que informarão quanta energia consomem.
- Coloque ladrilhos em vez de tapetes. Assim, não necessitará utilizar aspirador.
- Explore a possibilidade de comprar um aquecedor de água e um forno de tipo solar.
- Instale o refrigerador e os aparelhos de ar-condicionado distantes das fontes de calor.
- Feche bem a porta do refrigerador. Não guarde alimentos quentes nele. Limpe os tubos do condensador ao menos duas vezes ao ano.
- Ajuste o termostato entre os números 2 e 3 ou entre 3 e 4 se sua empresa se localiza em uma zona quente.
- Utilize a lava-roupas e a lavadora de pratos nas horas que não sejam pico de consumo.
- Utilize programas curtos de lavagem e com a menor temperatura possível (30ºC é uma temperatura adequada para a maioria dos detergentes). Isso permite uma economia de até 80% de energia na lavagem.
- Passe várias roupas de uma vez. Não esquente o ferro para uma só roupa, já que o aquecimento inicial deste aparelho consome grandes quantidades de energia.
- Utilize fogão a gás, pois gasta menos energia.

Transporte

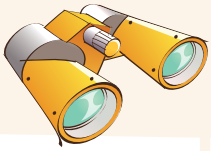
- Promova atividades turísticas que não utilizem automóveis. Por exemplo, caminhadas em trilhas de parques nacionais, rotas a cavalo, caiaque e passeios de bicicleta.
- Inspecione frequentemente o estado dos motores, dos tanques de combustível e dos d mais componentes dos veículos de transporte. Revise as tubulações, os filtros e demais zonas onde se poderiam derramar substâncias tóxicas.
- Assegure-se de que os pneus mantenham sempre uma pressão correta, pois isso melhora a taxa de consumo de combustível.
- Utilize automóveis eficientes que consumam menos combustível. Considere o uso de ca ros modernos com motores de quatro cilindros, já que os que têm menos cilindros rendem mais e consomem menos combustível. Utilizar veículos híbridos (que alternam entre gaso lina e eletricidade) é uma excelente opção, pois as emissões de gases se reduzem até 75%, enquanto se economiza em combustível. Incentive outros empresários a usar estes veículos eficientes e a que solicitar ao governo maiores facilidades para adquiri-los.

4. BIODIVERSIDADE

O que é a biodiversidade?

A biodiversidade, ou variedade de formas de vida de um lugar, é um componente chave do ambiente natural que proporciona desfrute a milhões de turistas. Os fungos, as plantas, os animais e demais seres vivos estão adaptados ao seu habitat natural, pois ali encontram água, alimento, umidade, indivíduos da mesma espécie e outras condições que necessitam para viver.

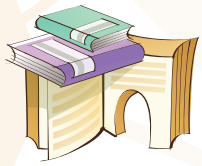
Muitas espécies de organismos silvestres estão em perigo de desaparecer. Uma das principais causas é a alteração dos ambientes naturais. A agricultura, a pecuária, a urbanização, a exploração de recursos naturais, a pesca desmedida, a extração, a caça e o tráfico ilegal diminuem as populações de organismos. A contaminação do ar, da água e do solo afeta sua sobrevivência. O ruído e a presença de um grupo grande de turistas podem alterar o comportamento dos animais silvestres e afetar sua reprodução.



Qual é a importância de implementar boas práticas de gestão na biodiversidade?

- O turismo de natureza tem experimentado um crescimento muito rápido nas últimas três décadas. Muitos turistas desejam observar as formas de vida de outras regiões. Se esta atividade for mal conduzida, pode constituir-se em uma séria ameaça ao bem-estar dos ecossistemas.

  O turismo, com o manejo adequado, pode contribuir para a conservação da natureza, já que é um incentivo econômico para que os habitantes de uma comunidade protejam sua biodiversidade.



O que pode ser feito na sua empresa?

- Os integrantes de uma empresa e os viajantes cumprem um papel importante na proteção da biodiversidade de um lugar. A observação de aves e de animais aquáticos (mamíferos marinhos, peixes, tartarugas) é uma das atividades de turismo de natureza com maior número de adeptos.
- Analise se as atividades de sua empresa produzem algum impacto negativo nas formas locais de vida, especialmente se opera próximo a um ecossistema delicado (por exemplo, áreas próximas a nascentes, campo rupestre do cerrado, mata atlântica). Determine de que maneira

pode eliminar esses efeitos negativos. Busque assessoria profissional (especialistas em manejo de vida silvestre), com o fim de estabelecer as medidas adequadas para minimizar o impacto na biodiversidade.

- Elabore um código de conduta para sua empresa, no qual devem conter os princípios com os quais ela se compromete a seguir para proteger a biodiversidade da região. Distribua-o entre os funcionários e motive-os a cumprir sempre o código.
- Elabore um inventário das plantas e dos animais da região. Solicite a ajuda de estudantes ou profissionais dispostos a colaborar. Indique a abundância relativa do organismo (se é comum ou escasso). Utilize estes dados para informar a seus clientes e para monitorar o estado das populações de organismos.
- Informe-se sobre as lendas, história natural e outros dados interessantes sobre os organismos silvestres da região. Utilize fontes confiáveis. Aproveite esse conhecimento para captar a atenção dos turistas e motivá-los a proteger a biodiversidade.
- Formate pacotes turísticos para grupos de tamanho reduzido. Dessa maneira, produz-se menos ruído, danifica-se menos o solo, e cada turista pode apreciar melhor o que o rodeia.
- Contrate os serviços de outros fornecedores de serviços turísticos que apliquem boas práticas de manejo e que contribuam com a conservação da biodiversidade local.
- Eduque seu pessoal e os turistas sobre a importância de não comprar animais e plantas silvestres, nem produtos derivados deles (carapaças de tartaruga, peles, ossos, madeiras preciosas, etc.), particularmente se encontram em perigo de extinção ou se seu comércio está vedado pela lei.
- Notifique às autoridades os casos de extração ilegal de plantas, caçada ou outras ações que possam causar danos ao ambiente.
- Apoie os esforços de proteção da natureza que realizam organizações locais e instituições públicas, sob a forma financeira ou de doação de seu tempo; por exemplo, em trabalhos de : vigilância, limpeza de áreas naturais e planejamento e aplicação de estratégias de conservação.
- Colabore para a educação ambiental das comunidades da região.
- Impeça o ingresso de plantas, animais ou outros organismos que não sejam próprios da região, já que as espécies exóticas podem competir com as nativas e afetar seu ciclo de vida.
- Oriente os turistas quanto à forma adequada de comportar-se em uma excursão para observar organismos silvestres. Não permita ações que afetem o bem-estar dos organismos silvestres.
- Evite que se forneçam alimentos aos animais silvestres, porque isso gera dependência dos seres

humanos. Instrua o pessoal e os turistas sobre este aspecto.

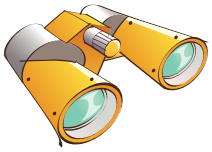
- Informe ao pessoal e aos turistas que não devem penetrar em áreas frágeis ou de reprodução dos animais silvestres.
- Lembre seu pessoal e clientes que não devem extrair plantas ou suas partes, pois isso pode servir de alimento para os animais da região.
- Respeite os ciclos de vida dos animais. Por exemplo, os animais noturnos são muito sensíveis. Assegure-se de que as instalações de sua empresa não emitam luz diretamente sobre os sítios naturais. Limite o número de luzes acendidas durante a noite.
- Não mantenha animais em cativeiro, a menos que possua permissão para reabilitá-los ou reproduzi-los com fins conservacionistas.
- Informe os turistas sobre as espécies que não devem ser consumidas por estarem ameaçadas de extinção. Não ofereça espécies escassas como uma opção de alimentação. Compre alimentos apenas de fornecedores locais responsáveis com o ambiente.
- Mantenha em local acessível os números de telefone de entidades relacionadas com a conservação. Você poderá necessitá-los em caso de encontrar algum animal ferido ou de observar alguma atividade ilegal que atente contra a biodiversidade.
- Informe-se sobre as leis que existem em seu país para a proteção da biodiversidade. Este é um mecanismo para que sua empresa e seus clientes respaldem a conservação.
- Convide os turistas e seu pessoal para participar de atividades de monitoramento da fauna. Ofereça atividades de conservação como parte dos pacotes turísticos.
- Consulte as páginas da Web e os materiais das organizações que trabalham com a proteção da fauna e que oferecem informação detalhada sobre como manejar um tour de observação de fauna (aves, mamíferos terrestres e aquáticos, tartarugas, etc.)

Converse com seus vizinhos e entre em contato com uma cooperativa de catadores. Combine um dia da semana para que a cooperativa colete os materiais recicláveis que vocês armazenaram.

5. BIODIVERSIDADE NOS JARDINS

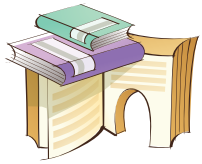
O que é a biodiversidade nos jardins?

Os jardins e as áreas verdes são terrenos onde o ser humano cultiva plantas com fins ornamentais, alimentícios ou recreativos. Os jardins com grande variedade de plantas nativas são muito atrativos para a fauna silvestre, já que oferecem alimento e refúgio para os animais.



Qual é a importância de implementar boas práticas de manejo nos jardins?

- Os jardins podem se converter em grandes aliados para preservar a biodiversidade de uma região.
- O número de construções aumenta cada vez mais e o espaço disponível para as áreas naturais se reduz particularmente nas cidades
- As áreas verdes mal planejadas podem consumir muita água, causar danos à infraestrutura de casas ou edifícios e favorecer o ataque de pragas.
- Os custos de manutenção diminuem quando se desenvolve um bom plano de manejo das áreas verdes e dos jardins. Dessa forma, maximizam-se os benefícios destes espaços.



O que pode ser feito em sua empresa?

- Integre as áreas verdes com os espaços naturais que estão ao redor utilizando a plantação de trepadeiras, árvores, arbustos e outras plantas nativas. Adote os padrões das paisagens naturais existentes como guia para colocar as plantas, rochas e outros elementos, seguindo um desenho naturalista.
- Investigue as condições necessárias às plantas do jardim. Agrupe-as de acordo com sua necessidade de sol, sombra e água.
- Identifique as principais espécies de plantas nativas encontradas na região. Consulte um especialista em biologia ou em engenharia florestal, como também habitantes da localidade. Utilize-as para a decoração de suas áreas verdes, pois requerem menos manutenção, estão adaptadas ao clima e às condições de solo locais, além de atraírem aves, borboletas e outros organismos nativos.

- Mantenha informações sobre os nomes comuns, os usos que se dão na comunidade e sua distribuição.
- Não pregue placas nas árvores.
- Evite plantar espécies ornamentais exóticas, já que podem ser agressivas, dispersar-se com facilidade e destruir as populações de plantas nativas.
- Crie uma horta de plantas medicinais e/ou comestíveis em sua empresa. Ofereça bebidas e alimentos a seus clientes com os produtos colhidos.
- Utilize ferramentas manuais em bom estado na manutenção das áreas verdes. Quando necessário, dê preferência a ferramentas elétricas em vez das acionadas por combustível.
- Considere o estabelecimento de biojardineiras, que são terrenos úmidos construídos que aproveitam águas cinza. Estas passam a uma jardineira com rochas e plantas que as filtram.
- Evite o uso de agrotóxicos no jardim. Os produtos para a jardineira e agricultura com etiqueta vermelha são extremamente tóxicos e não devem ser usados nunca. Os de etiqueta amarela são altamente perigosos. Os de etiqueta azul são moderadamente perigosos. Os de etiqueta verde são ligeiramente perigosos.
- Elabore ou compre adubos e inseticidas naturais, sem químicos.
- Fabrique uma composteira para produzir adubo orgânico em seu jardim.

Jardim atrativo para a fauna silvestre

- Observe quais plantas as aves, borboletas, morcegos e outros animais de sua localidade utilizam. Busque essas espécies em viveiros ou peça brotos aos vizinhos. Verifique se o que pensa em plantar cresce bem em sua região.
- Assegure-se de que no jardim tenha diversidade de estratos, como ervas, trepadeiras, arbustos, árvores e troncos secos. Considere criar vários habitats para distintos animais, como um parque com plantas de flores tubulares para colibris e borboletas ou um terreno úmido para garças
- Instale um bebedouro ou um tanque de sete centímetros de fundo e coloque água fresca ao menos uma vez por semana. Limpe-o com frequência para evitar a formação de algas e a reprodução de mosquitos.
- Empilhe partes de ramos de árvores e outros restos das podas em uma seção do jardim. Esta pilha funcionará como um refúgio para as aves pequenas.
- Plante espécies que produzam muitos frutos e flores ao longo do ano que sirvam de fonte de alimento.
- Evite semear plantas com espinhos ou tóxicas em áreas verdes frequentadas por crianças.

Que benefícios sua empresa obtém?

- As áreas verdes com plantas nativas e bem mantidas melhoram consideravelmente a aparência da empresa e criam um ambiente agradável, sem necessidade de investimento financeiro alto.
- Os turistas interessados em fotografia terão interessantes espécies para fotografar, em local próximo.
- A sombra que produzem as árvores reduz os gastos com ar-condicionado e a irrigação das áreas verdes.
- Os animais silvestres podem obter alimento e refúgio nos jardins
- As aves e os morcegos que visitam um jardim eliminam as pragas. Portanto, diminuem o número de enfermidades transmitidas por mosquitos, ácaros e outros parasitas.

A luz natural pode ser bem aproveitada e reduzir o consumo de energia e o custo da iluminação artificial. Existem diversos meios para isso, como a instalação de janelas amplas e cortinas claras, tijolos de vidro, telhas translúcidas ou clarabóias.

6. ÁREAS NATURAIS PROTEGIDAS E DE CONSERVAÇÃO

O que são áreas naturais protegidas e de conservação?

- Esta seção tem por objetivo promover boas práticas para a proteção das áreas naturais, com o fim de minimizar o impacto negativo do turismo no ambiente.
- As áreas naturais protegidas são um instrumento útil para a conservação da biodiversidade. Compreendem ecossistemas naturais, terrestres ou aquáticos, os quais recebem proteção por conter importantes recursos naturais ou culturais. Em nível mundial, têm-se estabelecido diferentes categorias de áreas naturais.

Parque nacional

- Área de extensão relativamente grande que compreende um ou mais ecossistemas naturais representativos. O propósito de sua criação é conservar a biodiversidade e evitar a exploração dos recursos naturais. Pode ser utilizada ainda para visitação turística, educação ambiental e estudo científico. São exemplos: o Parque Nacional Serra do Cipó, o Parque Nacional do Caparaó, o Parque Nacional do Itatiaia.

Reserva ecológica restrita/Área silvestre

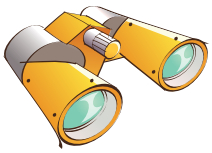
- Espaço que contém um ecossistema com características excepcionais ou espécies de muito interesse. Por exemplo, a Reserva Ecológica do Tripuí, em Ouro Preto. Protege a área com fins científicos e/ou de conservação da vida silvestre.

Monumento natural

- Espaço que contém características naturais específicas. Por exemplo, o Monumento Natural do Rio São Francisco nos Estados da Bahia, Alagoas. A razão de sua existência é a preservação de formações naturais únicas.
- Existem designações de caráter internacional, tais como o caso da UNESCO, que outorga o título de reservas da biosfera a áreas geográficas representativas dos distintos ecossistemas naturais do planeta. Por exemplo, a Reserva da Biosfera da Serra do Espinhaço no estado de Minas Gerais. A mesma organização confere o título de Patrimônio da Humanidade àqueles

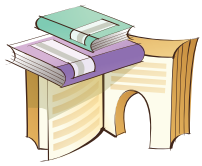
sítios específicos, como a Cidade Histórica de Ouro Preto e o Centro Histórico de Diamantina, em Minas Gerais que, por suas características únicas, são assim designados por serem de grande interesse para a comunidade internacional, a fim de que possam preservar-se para as futuras gerações.

- Atualmente, as áreas naturais protegidas enfrentam pressões dentro e fora delas. A falta de ajuda financeira, a contaminação, o crescente número de turistas e os caçadores clandestinos, entre outros fatores, constituem-se em problemas que colocam em perigo a estabilidade destas áreas.



Qual é a importância de implementar boas práticas de manejo em áreas naturais protegidas e de conservação?

- Para formar um turismo sustentável, o desfrute das áreas naturais deve ser compatível com a conservação da biodiversidade e com a melhora da qualidade de vida dos habitantes das comunidades locais.
- Os parques nacionais e as demais áreas naturais protegidas contêm elementos muito atrativos para os turistas.
- O turismo pode causar graves danos às áreas naturais (resíduos, erosão de trilhas, alteração no comportamento dos animais), e as áreas degradadas recebem menos visitação.



O que sua empresa pode fazer?

- Motive os seus funcionários a trabalharem como voluntários nas áreas naturais próximas à empresa. Por exemplo, na coleta de resíduos das trilhas.
- Informe-se sobre as normas que regulam o funcionamento das áreas naturais protegidas da região, para realizar suas atividades conforme a legislação.
- Investigue sobre os parques nacionais de sua região: clima, ecossistemas presentes, flora e fauna predominante, organismos em perigo de extinção, etc. Solicite folhetos, mapas e outros tipos de informação impressa sobre esses espaços naturais. Indague que serviços se oferecem próximo aos parques (transporte público, bancos, farmácias, restaurantes). Ponha à disposição dos turistas essa informação e motive-os a visitar essas áreas. Traduza a informação em vários idiomas.
- Estabeleça uma boa relação com os administradores das áreas naturais protegidas. Dessa maneira, torna-se possível coordenar esforços para protegê-las. Ofereça-lhes dados sobre sua

empresa, para que possam recomendá-la aos visitantes.

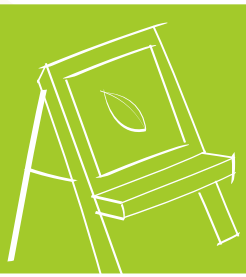
- Contribua para a conservação das áreas que são visitadas.
- Eduque aos turistas sobre como podem respaldar os esforços de conservação.
- Adquira guias de campo (por exemplo, de plantas, aves e anfíbios) para oferecer aos clientes com esses interesses particulares.
- Adquira alimentos ou outros produtos e serviços fornecidos por pessoas das comunidades rurais das áreas protegidas.
- Evite que os turistas se envolvam em atividades que causem impacto ambiental negativo (como andar em motocicleta em plena trilha).
- Fomente a obediência aos códigos de conduta dentro das áreas naturais. Por exemplo, não permita que grupos de turistas saiam da trilha, incomodem os animais ou prejudiquem as plantas, animais ou outros seres do bosque.
- Informe-se sobre o público que visita o espaço protegido. Investigue sobre países de procedência, quantos chegam cada dia, idades e interesses. Promova atividades turísticas de acordo com essas características dos visitantes. Por exemplo, organize tours especiais para grupos da terceira idade interessados em observação das aves.
- Una-se a outros empresários para determinar que boas práticas são mais efetivas para conservar as áreas protegidas da comunidade e promover ofertas turísticas em conjunto. Dessa maneira, poupam-se custos e fortalece-se a imagem do destino turístico.
- Mostre a seus clientes como colaborar com as áreas protegidas de sua localidade, por meio de fotografias, informação escrita colocada em suas instalações, etc.
- Averígue se nos espaços naturais de sua região existem atividades para celebrar datas ambientais, como o Dia da Terra, o Dia Mundial da Água e o Dia dos Parques Nacionais. Convide seus clientes a participar delas.

Que benefícios sua empresa obtém?

- A forma como as empresas se relacionam com as áreas naturais pode influenciar na qualidade da experiência turística e na sustentabilidade do destino turístico.
- As boas práticas de manejo evitam o surgimento de conflitos com os funcionários que administram as áreas naturais e facilitam o trabalho com elas.

- Os turistas, com frequência, complementam sua visita às áreas protegidas consumindo os produtos e serviços que as comunidades locais proporcionam. Por exemplo: alimentação, alojamento, artesanatos e guias naturalistas.
- A oferta e o êxito das microempresas comunitárias se fortalecem ao contar com áreas naturais bem conservadas. Por sua vez, oferecem opções econômicas alternativas que diminuem a pressão sobre as áreas de conservação.
- As utilidades que gera o turismo são um incentivo para que os habitantes da comunidade se unam, com o fim de proteger as áreas de conservação contra incêndios e caçadores ilegais.

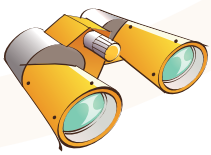
Se você costuma regar o jardim, faça isso no final do dia ou bem cedo, evitando assim que o calor do sol evapore a água utilizada.



7. RESERVAS NATURAIS PRIVADAS

O que são reservas naturais privadas?

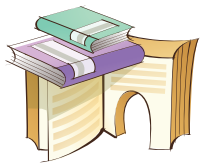
- O objetivo desta seção é proporcionar recomendações que os donos de reservas privadas podem implementar para maximizar os benefícios na conservação de sua biodiversidade.
- Os parques nacionais e as áreas silvestres protegidas, em geral, recebem pouca ajuda econômica e logística. Diante dessa realidade, cada vez mais, surgem estratégias de conservação por parte de indivíduos, comunidades, organizações não governamentais ou empresas. Uma das iniciativas com mais sucesso neste aspecto são as reservas naturais privadas.
- As reservas, ou áreas, naturais protegidas privadas consistem em terrenos cujo objetivo principal é promover a conservação da biodiversidade. Em todo o mundo existem milhares de reservas privadas que protegem milhões de hectares de ecossistemas naturais. No Brasil, as reservas naturais privadas são designadas pelo Ministério do Meio Ambiente como Reserva Particular do Patrimônio Nacional, ou RPPN. Consulte a lei No 9.985, de 18 de julho de 2000.
- Quando uma comunidade se identifica com uma reserva os problemas ambientais se reduzem, já que os habitantes locais participam ativamente na vigilância destas áreas naturais. Por seu caráter de privacidade, os donos fazem valer seus direitos de propriedade sobre a reserva, o que aumenta a proteção contra intrusos.
- Em muitos casos os parques nacionais e outras áreas naturais protegidas de grande tamanho estão ligados por reservas privadas que funcionam como “corredores biológicos”, permitindo que os organismos silvestres se desloquem entre diferentes reservas e tenham acesso a uma área maior para buscar seu alimento e reproduzir-se.
- O ecoturismo é um dos principais motores que tem impulsionado o auge das reservas privadas. Muitas pessoas estão dando conta de que conservar a biodiversidade pode gerar utilidades, inclusive maiores que muitas atividades econômicas tradicionais. Os proprietários de terras perceberam que uma reserva privada é uma boa alternativa de uso para os bosques naturais. Por isso, sentem-se motivados a conservá-las.



Qual é a importância de implementar boas práticas de manejo em reservas naturais privadas?

Os donos de reservas devem ser informados sobre como maximizar a efetividade da reserva na conservação da biodiversidade. A fragmentação das áreas naturais originais impede aos organismos silvestres dispersar-se. As reservas bem planejadas e geridas podem funcionar como corredores biológicos.

- As reservas privadas podem enfrentar problemas com caçadores clandestinos, ladrões de plantas, barreira ilegal, ameaças de expropriação e dificuldade para obter recursos para financiar atividades de conservação.
- Demonstrar como se aplicam boas práticas de manejo e incluir atividades de turismo sustentável são atitudes que agregam valor para conseguir apoio para os projetos de conservação.



O que pode ser feito na sua empresa?

- Transforme as florestas em sua região em RPPN. Converse com a Secretaria de Meio Ambiente de seu município e integre sua reserva ao planejamento municipal. É mais fácil vencer os obstáculos trabalhando em conjunto.
- Colabore com escolas e patrocine tours no campo para visitar sua reserva.
- Elabore um inventário das atrações turísticas potenciais de sua reserva privada. Determine quais medidas deve tomar para que o público as possa admirar sem interferir nos processos naturais do ecossistema. Compare o que é feito em outras reservas com habitats similares e identifique o que se distingue a sua das demais, para determinar se pode oferecer aos turistas algo diferente das outras. Explore opções como: mostrar aos turistas projetos agroflorestais, usar moinhos antigos e promover tours noturnos.
- Solicite conselho a especialistas em manejo de vida silvestre no caso de sua reserva ser o habitat de animais ou plantas em perigo de extinção, para que o assessorem sobre medidas que pode aplicar para favorecer sua permanência e reprodução.
- Considere a possibilidade de oferecer a reserva como área para o desenvolvimento de estudos científicos, programas de educação ambiental e de formação de guias de turismo naturalista, fato que ajudará a promover sua reserva e a formar profissionais responsáveis com o ambiente.
- Desenvolva zonas de amortecimento ao redor da reserva. Isso ajudará a reduzir os problemas de caçada furtiva. Mantenha boas relações com os habitantes da comunidade. Trabalhe com eles no desenvolvimento de uma estratégia para que possam aproveitar as zonas de amortecimento sem danificar a biodiversidade. Isso contribuirá para que todos se envolvam na proteção da área protegida.

- Converse com os caçadores da área sobre as desvantagens da sobre-exploração de recursos. Faça-os compreender que estes devem manejar-se responsavelmente, senão pode ocorrer a extinção de algumas espécies. Desenvolva programas de educação ambiental na comunidade que inclua este tema.
- Contrate vigias da comunidade, se necessário, ou construa cercas para prevenir danos à flora e à fauna. Coloque placas na periferia da reserva sinalizando que não é permitido caçar nem extrair plantas.

Que benefícios sua empresa obtém?

- As reservas privadas podem obter incentivos econômicos para sua manutenção, tais como redução de impostos, pagamento de serviços ambientais e pagamento por fixação de carbono.
- Uma empresa pode oferecer tours guiados em sua própria reserva privada. Assim, os turistas não precisam deslocar-se a outros lugares para observar a biodiversidade da região.
- As reservas privadas são, em geral, efetivas para proteger os habitats contra a extração ilegal de recursos naturais e podem conter maior variedade de espécies. Isso representa um grande atrativo para muitos turistas.
- A empresa participa ativamente da preservação do ambiente natural.

8. CONTAMINAÇÃO

O que é a contaminação?

O objetivo desta seção consiste em facilitar uma série de medidas para que as empresas turísticas minimizem as fontes de contaminação, de modo a evitar o risco de aumento das enfermidades e a contribuir para a saúde do ambiente e as comunidades.

Existem muitos fatores que contaminam o ar, a água e o solo, provocando um impacto negativo nos ecossistemas, na biodiversidade e na saúde humana.

Problemas na atmosfera

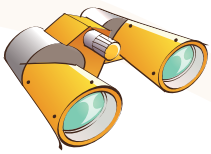
- As emanações em forma de fumaça que emitem os veículos, os aviões e as fábricas contaminam o ar, causando problemas de saúde. Quando combinadas com a umidade do ar, produzem chuva ácida, a qual corrói monumentos representativos do patrimônio cultural, danifica a vegetação e mata organismos que habitam os ecossistemas aquáticos.
- Alguns contaminadores do ar destroem a camada de ozônio que protege contra os danos causados pelos raios ultravioleta do sol. Além disso, os gases resultantes de queimadas e de motores a combustão apóiam o efeito estufa, contribuindo com o aquecimento global.
- O ruído é outro contaminante que afeta a qualidade de vida das pessoas e altera o comportamento dos animais. Em certas circunstâncias, o desenho das construções gera contaminação visual, tendo em vista que apresenta formas pouco atrativas que contrastam muito com as construções locais, mostram placas estridentes, bloqueiam a vista da paisagem natural e emitem excessiva quantidade de luz.
- As luzes artificiais podem produzir efeitos mortais na vida silvestre, tais como: desorientar insetos noturnos e aves que migram e alterar o ciclo de vida de certas rãs, salamandras e serpentes que saem à busca de seu alimento depois que escurece, a fim de evitar predadores – assim, com tempo excessivo de luminosidade , saem mais tarde e comem menos.

Problemas nas águas e nos solos

As águas residuais provêm do uso doméstico, comercial e industrial. Contêm substâncias orgânicas e inorgânicas, como dejetos humanos, urina, óleos, gorduras e detergentes. Em lugares onde existem sistemas de esgoto, estas águas desembocam em coletores de águas residuais que estão conectados a uma planta de tratamento.

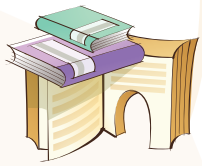
Nas regiões costeiras com muitas casas e indústrias, encontram-se concentrações altas de

chumbo, mercúrio e outros elementos prejudiciais à saúde humana. Estes contaminantes podem viajar enormes distâncias, o que afeta negativamente os ecossistemas e aumenta o risco de que ocorra o desenvolvimento de vírus e bactérias causadores de enfermidades infectocontagiosas, como hepatite e gastroenterite.



Qual é a importância de implementar boas práticas de manejo para mitigar a contaminação?

- A indústria turística gera muita contaminação (gases, ruído, resíduos, contaminação visual e águas residuais). Os atrativos turísticos-chave se deterioram devido aos agentes contaminantes e danificam a biodiversidade.
- As águas residuais maltratadas incrementam o número de germes causadores de enfermidades, o que afeta a saúde dos turistas e da comunidade local. Por exemplo, um lugar com muita contaminação no ar não é uma boa opção para os viajantes asmáticos.
- Os incidentes públicos relacionados a contaminação, tais como derramamento de petróleo ou fechamento de uma praia, podem danificar a imagem de um destino turístico durante muitos anos.
- As praias de águas turvas e as trilhas cheias de resíduos causam repúdio e promovem um fator que impulsiona a decisão de não voltar ao lugar.



O que pode ser feito na sua empresa?

- Assegure-se de que o projeto de suas instalações esteja adequado às características do ambiente e da cultura local. Certifique-se de que a arquitetura e a cor do edifício de sua empresa não estejam em desacordo com a paisagem natural nem com as casas existentes na região. Utilize os materiais e desenhos tradicionais da região. Integre os caminhos, placas, linhas de eletricidade e outras estruturas com a paisagem. Dessa maneira, os turistas poderão apreciar mais a cultura local.
- Evite que as luzes artificiais não apontem para o céu nem para outros atrativos naturais. Motive outros empresários e habitantes da região a fazer o mesmo. Promova a idéia de que dessa maneira os turistas possam apreciar melhor a lua, as estrelas e as estrelas cadentes.
- Ponha-se de acordo com outras empresas da região para reduzir a intensidade de iluminação dos edifícios durante as épocas de migração das aves.
- Não utilize pinturas que contenham chumbo, pois isso é perigoso para a saúde.
- Não use produtos em aerossol que contenham clorofluorcarbonos (CFC), pois danificam a

camada de ozônio.

- Evite queimar pneus ou resíduos.
- Coloque placas em locais onde haja grande quantidade de substâncias contaminantes, como nos depósitos de combustíveis.
- Faça respeitar as disposições de **NÃO FUMAR** dentro de espaços fechados.
- Ensine seus funcionários a armazenar e manejar substâncias potencialmente tóxicas.
- Evite o excesso de placas, pois isso contribui para a contaminação visual.
- Siga as medidas que aumentem a eficiência energética e a economia de energia, assim como as de diminuição dos resíduos sólidos (citadas em seções anteriores). Todas elas contribuem para minimizar a contaminação, por meio de uma redução na fonte.
- Assegure-se de que os produtos de limpeza não sejam prejudiciais às espécies aquáticas e que não tenham sido testados em animais.
- Compre limpadores e detergentes biodegradáveis, efetivos na água fria. Leia a etiqueta do produto. Não compre aqueles que tenham fosfatos ou fosfonatos. Evite os que contenham substâncias tóxicas, tais como cloro, benzeno, nitrobenzeno, formaldeído, querosene, naftalina, hidróxido de sódio, fenol, xileno e lauril sulfato de sódio.
- Utilize limpadores naturais, como sal, limão, vinagre e bicarbonato de sódio.

Águas residuais

- Certifique de que as instalações de sua empresa estejam conectadas a um bom sistema de tratamento de águas residuais. Utilize sistemas de tratamento, como o fossa séptica, construído de acordo com o tamanho da operação e as características dos solos.
- Assegure-se de que as águas residuais não descarreguem diretamente nas fontes de água naturais (rios, lagoas).
- Trabalhe com os membros de sua comunidade e instituições públicas para que a disposição final do sistema de esgoto não produza alterações no meio.
- Solicite uma análise de laboratório para avaliar a qualidade das águas residuais de sua empresa. Leve um registro com a composição dessas águas. Tenha em conta que se utiliza a DBO (Demanda Bioquímica de Oxigênio) para medir o impacto da contaminação causada pelas águas residuais. Uma DBO alta significa que a água está contaminada, pois há grande quantidade de bactérias utilizando oxigênio para decompor os resíduos presentes nas águas. As análises de água detectam a quantidade de nitritos, nitratos, fosfatos e outros compostos

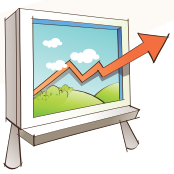
químicos derivados da contaminação por esterco, fertilizantes e detergentes.

Transporte

- Organize programas turísticos que possibilitem o uso dos serviços de transporte público (trem, barco e ônibus) ou alugue ônibus para chegar a um destino
- Contrate provedores de serviços tradicionais de transporte não motorizados, tais como bicicletas, canoas ou cavalos. Motive os turistas a usar estes transportes como parte da aventura turística.
- Trabalhe com ônibus e companhias de locação de carros e de lanchas que ponham em prática medidas para maximizar o uso de combustível e reduzir as emissões de gases, como aquelas que usam veículos híbridos, motores de quatro tempos e botes elétricos.
- Instrua os condutores a não deixar os ônibus ligados enquanto esperam os turistas que visitam os monumentos.
- Evite oferecer viagens de menos de 700km de avião ou em avião tipo teco-teco, a menos que seja a única forma de chegar a um destino.
- Utilize as companhias aéreas que implementam ações para reduzir a produção de gases contaminantes, como aquelas que compensam suas emissões de gases com a compra de bônus de carbono. Lembre aos turistas que mais de 60% das viagens de avião se devem ao turismo e instrua-os a preferir companhias aéreas que oferecem voos utilizados para o destino turístico.

Nas embarcações

- Em terra firme, trate as águas residuais das embarcações. Use as estações de bombeamento disponíveis ou produtos químicos biodegradáveis.
- Motive os turistas a usar o serviço sanitário em terra antes de uma viagem de barco, já que assim é mais seguro que os resíduos sejam enviados a uma planta de tratamento.
- Conserve as embarcações em bom estado, mediante manutenção preventiva. Dessa maneira, assegura-se de que as águas residuais ou outras substâncias contaminantes, como óleo ou petróleo, não irão descarregar acidentalmente no mar.
- Reduza o uso de plástico e outros materiais não biodegradáveis nos barcos. Prenda bem os recipientes com os resíduos, para que não caiam pela borda.



Que benefícios sua empresa obtém?

- Muitas das medidas para minimizar a contaminação ajudam a cuidar da saúde do pessoal e a desenvolver a eficiência nas operações da empresa.
- As empresas que implementam boas práticas para minimizar a contaminação do ambiente contribuem para formar um destino turístico mais limpo, agradável e saudável para os turistas, residentes locais e organismos silvestres.
- A percepção de um turista sobre um destino turístico tem muito impacto em outros visitantes potenciais, mais, inclusive, do que os estudos científicos. Assim, os turistas preferem aqueles lugares que evitam problemas de saúde e que utilizam os serviços daquelas empresas responsáveis que cuidam do ar, da água e do solo.

Se puder, leve sua própria sacola ao fazer compras, evitando usar mais sacolas fornecidas pelos supermercados. Esse tipo de plástico, que em sua grande maioria vai parar nos lixões, leva 450 anos para ser desintegrado

9. RESÍDUOS SÓLIDOS

O que são os resíduos sólidos?

Nesta seção, descrevem-se as medidas recomendadas para reduzir a quantidade de resíduos sólidos produzidos pelas atividades turísticas. Isso minimiza o impacto negativo no ambiente e propicia o crescimento sustentável da empresa.

Os resíduos sólidos são uma das principais fontes de contaminação ambiental. Uma grande quantidade de atividades humanas gera toneladas de resíduos sólidos, diariamente. Usualmente, no melhor dos casos, estes resíduos se enviam a aterros sanitários, mas uma grande porcentagem termina em lixões "a céu aberto".

Para substituir esses resíduos sólidos por objetos novos, requer-se uma série de processos, que geram gases, os quais contribuem para o aquecimento do clima.

Os resíduos orgânicos, ou biodegradáveis, como os restos de alimento, demoram menos tempo para decompor naturalmente que os não biodegradáveis, como os plásticos.

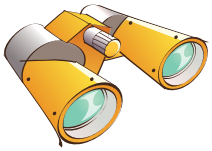
Resíduos sólidos e tempo que levam para degradar

Resíduo	Tempo para degradar
Casca de banana	1 mês
Bolsa de papel	1 mês
Goma de mascar	Até 5 anos
Guimba de cigarro	1,5 a 12 anos
Bolsa de plástico	10 a 150 anos
Garrafa de plástico	100 a 1000 anos
Lata de alumínio	200 a mais de 500 anos

Resíduos sólidos e tempo que demoram para degradar

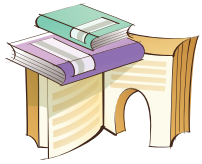
Resíduo	Tempo para degradar
Aros de plástico em latas de refrescos	Mais de 400 anos
Baterias	Mais de 1.000 anos
Garrafa de vidro	4.000 a 1.000.000 de anos
Poliestireno (isopor)	Não se degrada

Os resíduos sólidos podem ser perigosos para os animais. Peixes e aves podem se ferir em restos de latas e garrafas de bebidas, outros animais podem se alimentar de resíduos plásticos e filtros de cigarro podem iniciar incêndios florestais.



Qual é a importância de implementar boas práticas de manejo com resíduos sólidos?

- Os visitantes produzem grande quantidade de resíduos. Em média, cada turista gera um quilo de resíduos sólidos por dia.
- A percepção de limpeza de um destino turístico é um fator que influencia a decisão de voltar a um lugar ou recomendar a outros turistas.
- As acumulações de resíduos sólidos são locais potenciais de reprodução de organismos que transmitem doenças e colocam em risco a saúde pública.
- O mau manejo dos resíduos sólidos prejudica a imagem de um destino turístico ao produzir maus odores, contaminar o solo e as águas e afetar a biodiversidade.



O que pode ser feito na sua empresa?

Os resíduos devem ser tratados e disponibilizados de forma adequada. Existe uma série de ações que ajudam a reduzir o problema dos resíduos sólidos. Por exemplo, as denominadas “3Rs”, a saber:

- **Reduzir:**
  O primeiro passo é reduzir as quantidades de produtos consumidos, inclusive as embalagens.
- **Reutilizar:**
  Implica desenhar um plano para usar novamente os materiais, para fins variados.
- **Reciclar:**
  Aqueles materiais que não possam ser reutilizados devem ser selecionados e enviados a empresas especializadas, para reciclar.

Que resíduos sólidos sua empresa produz?

- Analise, durante um ou dois meses, que tipo de resíduo se produz e em que quantidade. Pese os resíduos. Anote os dados sobre tipo, peso, área de origem dos resíduos e sua porcentagem. Faça uma tabela e use-a para monitorar, conforme abaixo

Tipo de resíduo	Lugar de geração	Peso (Kg)	Porcentagem (%)

Latas de alumínio	Cozinha, restaurante	2	4
Jornal	Habitações	20	40
Plástico	Cozinha	10	20
Restos de comida	Cozinha	18	36
Total		**50**	**100**

Identifique, com base nos dados obtidos, quais são os processos ou as atividades que geram mais resíduos e onde se destina os resíduos sólido, uma vez que você os joga fora (aterro sanitário, lixão, centro de armazenamento, etc.). Determine como se pode reduzir a quantidade de resíduos, desde sua área de origem, e estude as alternativas que existem na comunidade para seu manejo adequado.

Reduzir

- É necessário reduzir o consumo excessivo de produtos, sobretudo aqueles que originam resíduos não biodegradáveis, como os plásticos.
- Utilize formas criativas de substituir os processos atuais por outros que gerem menos resíduos.
- Adquira produtos de boa qualidade. Eles duram mais, não necessitando renová-los com frequência.
- Estabeleça um mecanismo de compras conjuntas com outros fornecedores de serviços turísticos. Dessa forma, podem comprar produtos em embalagens de grandes quantidades, em vez de embalagens individuais, e ainda reduzem os custos.
- Reforce para os turistas e seus funcionários a importância de não deixar resíduos nas áreas naturais. Motive-os para que se unam ao esforço de reduzir os resíduos sólidos. Peça sua opinião sobre como manejar os resíduos de sua empresa.
- Não utilize pratos, copos ou talheres descartáveis. Dê preferência aos de louça, metal e vidro antes de adquirir grande quantidade de objetos de plástico com frequência
- Ofereça aos turistas alimentos feitos em sua empresa ou que tenham revestimento biodegradável em vez de pacotes de sanduíches em bolsas plásticas
- Forneça água potável em jarras de vidro em vez de garrafas de plástico.
- Coloque nos banheiros porta-sabonetes, xampu e papel higiênico, para evitar o desperdício. Instale secadores de mãos em vez de porta-toalhas de papel.
- Armazene os materiais em forma adequada, para evitar perdas.
- Use aparelhos que funcionem com energias alternativas, como lanternas e relógios solares, para evitar o uso de baterias descartáveis.
- Compre produtos de material biodegradável ou que se possam reciclar e que não tenham sido experimentados em animais. Atente para a etiqueta ou para a parte inferior das embalagens, para determinar se são recicláveis.
- Não use produtos que sejam potencialmente daninhos ao ambiente. Por exemplo, os que têm

espuma de poliestireno.

Reutilizar

- Compre lanches ou alimentos em embalagens retornáveis. Prefira as de vidro, já que é mais fácil reutilizá-las e reciclá-las que as de plástico.
- Utilize baterias recarregáveis. Para se ter um ideia, uma bateria recarregável substitui cem descartáveis, já que se pode voltar a carregar muitas vezes. As baterias convencionais têm substâncias químicas altamente contaminantes para o solo e a água.
- Doe móveis e aparelhos que não usa mais.
- Aproveite os resíduos orgânicos para a produção de adubo.Imprima papel utilizando os dois lados. Reutilize o papel impresso para fazer anotações.
- Compre cartuchos recarregáveis de tinta para impressora, fotocopiadora e fax.
- Utilize guardanapos de pano em vez de guardanapos de papel para a limpeza.
- Utilize quadros ou lousas para escrever notas para colocar memorandos em vez de enviar folhas separadas aos funcionários.

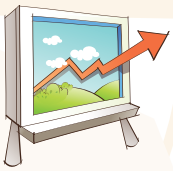
Reciclar

- A reciclagem compreende a utilização dos resíduos como matéria-prima para produzir um objeto novo, seja para usá-lo da mesma maneira ou com outro fim. Esta ação poupa energia, conserva os recursos naturais e reduz o espaço que ocupam os resíduos. Por exemplo, reciclar uma lata de alumínio economiza energia suficiente para fazer funcionar um computador por 3 horas, enquanto reciclar uma tonelada de papel economiza 20 mil litros de água e salva a vida de 70 árvores.
- Utilize produtos feitos à base de material reciclado, já que em sua fabricação não se gasta tanta energia.
- Imprima material promocional em papéis de material reciclado e/ou reciclável.
- Coloque na empresa contêineres para reciclagem, com o fim de separar os resíduos sólidos em: alumínio, plásticos, vidro, papel e orgânicos. Disponha-os em locais frequentados por visitantes e o pessoal da empresa. Pinte desenhos relacionados ao que se pode depositar em cada recipiente (latas de alumínio, revistas, cascas de frutas, etc.), para que turistas de outros países compreendam com maior facilidade o tipo de resíduos de cada contêiner
- Faça contato com empresários de reciclagem ou centros de armazenamento que trabalhem em sua comunidade ou nas redondezas. Coordene com eles a recepção dos resíduos depositados nos contêineres para reciclagem. Comunique-se com aqueles que oferecem serviços municipais, para evitar que o recolhido seja enviado inadvertidamente a um aterro sanitário.

- Analise a possibilidade de adquirir sanitários de compostagem, os quais transformam em adubo os resíduos orgânicos humanos.

Disposição de resíduos

- Investigue quais alternativas viáveis existem na comunidade para dispor os resíduos que não podem ser eliminados. Por exemplo, as baterias.
- Instrua seus clientes e o pessoal para implementar medidas que protejam a vida silvestre, como cortar os aros de plástico das bebidas de refresco, amarrar as sacolas de plástico e polir as bordas afiadas das latas de conservas em locais onde o manejo dos resíduos não é confiável, pois podem chegar ao mar. Lembre-os de que é preferível não consumir este tipo de produtos.
- Verifique o lugar de depósito final dos resíduos. Contate o município ou empresa encarregada da coleta para conhecer o funcionamento dos aterros sanitários.
- Organize ações comunitárias para melhorar as condições dos aterros sanitários ou os lixões da sua região.
- Informe-se sobre a melhor forma de disponibilizar seus resíduos não tradicionais, como os de construção.



Que benefícios sua empresa obtém?

- Uma empresa que implementa boas práticas de manejo pode reduzir a produção de resíduos sólidos em até 60%, com a consequente economia de energia, água e matérias-primas. As práticas de redução, reutilização e reciclagem ajudam a educação de consumidores responsáveis e geram economias significativas para a empresa.
- O bom manejo dos resíduos sólidos ajuda a manter a qualidade do destino turístico.
- Uma empresa comprometida com o manejo adequado dos resíduos sólidos é um exemplo para outras da região.
- O destino turístico inteiro sai ganhando ao reunir mais entidades no esforço de manejar os resíduos apropriadamente, pois isso significa um ambiente mais limpo, saudável e agradável à vista.

10. EDUCAÇÃO AMBIENTAL

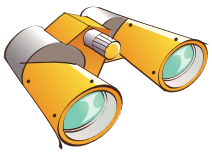
O que é a educação ambiental?

Esta seção pretende proporcionar aos empresários turísticos uma série de medidas para integrar a educação ambiental à oferta turística, com o fim de conseguir a participação dos turistas e do pessoal da empresa em ações a favor do ambiente, por meio de um produto turístico de grande valor.

Muitas cidades do planeta lutam contra problemas ambientais, os quais poderiam ser minimizados se as pessoas adquirissem maior conhecimento e consciência sobre as consequências que podem surgir ao se alterar as complexas inter-relações que envolvem os distintos componentes dos ecossistemas. É estritamente necessário educar as pessoas sobre a maneira de usar os recursos naturais de forma racional, para que as gerações futuras possam seguir utilizando-os.

A educação ambiental é uma boa ferramenta para alcançar este objetivo, já que fomenta a aquisição de conhecimentos sobre o ambiente natural e os desafios que enfrenta, levando-se em consideração a relação entre o ser humano e seu entorno. Dessa maneira, promove o desenvolvimento sustentável e a busca de soluções. Assim, a educação ambiental não deve ficar no ensinamento de conceitos; tem de conduzir à participação e à realização deles.

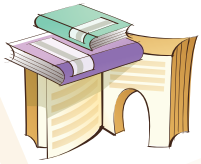
Os parques nacionais e outras áreas naturais oferecem muitas oportunidades de educação ambiental a partir da interpretação dos aspectos naturais do lugar, por meio de material educativo (impresso, audiovisual) ou com a ajuda de guias de turismo. Essa interpretação proporciona explicações sobre os seres da natureza, a inter-relação que se dá entre eles, além de outros dados interessantes que se apresentam de forma simples e amena, de maneira que os visitantes possam compreender melhor o mundo natural e sentir um vínculo mais estreito com ele.



Qual é a importância de implementar educação ambiental?

- A aprendizagem que os turistas levam para casa é um aspecto importante em um tour, já que muitos compartilham a informação aprendida ao regressar ao seu lugar de origem. Comunicar dados interessantes é dar-lhe um valor agregado ao produto turístico, pois enriquece a experiência do visitante.

- O turismo pode ser uma forma muito efetiva de incrementar a consciência ambiental. Com o guia adequado, os turistas podem aprender a ser viajantes responsáveis e a desfrutar sem causar danos ao ambiente.
- Uma empresa turística deve transmitir conceitos de educação ambiental empregando estratégias que permitam captar e manter a atenção dos turistas, já que visitam o lugar com o fim de descansar e desfrutar.



O que pode ser feito na sua empresa?

Uma empresa comprometida com as boas práticas para o turismo sustentável deve promover a educação ambiental, tanto dentro como fora dela.

- Procure fazer com que seu pessoal tenha conhecimento sobre as pressões ambientais da região e as boas práticas que se devem implementar para fazer frente a elas. Ofereça motivação para que os colaboradores sejam conscientes com suas ações, tanto dentro como fora da empresa.
- Convide, periodicamente, profissionais locais (vigias, educadores ambientais e, mesmo, os membros de seu pessoal) para que colaborem com os esforços de educação ambiental de sua empresa. Instrua-os a difundir uma boa mensagem aos turistas, ao pessoal da empresa e aos demais habitantes da comunidade. Propicie um foro de discussão ao final de cada atividade.
- Patrocine grupos de escolas para que possam visitar um parque nacional de sua comunidade, com a finalidade de motivar os estudantes para que sejam guardiães da biodiversidade.
- Disponibilize aos turistas fotografias, folhetos ou outro tipo de material impresso ou audiovisual relacionado aos ecossistemas naturais da região que estão visitando.
- Coloque materiais gráficos ou outros meios de difusão com medidas que sirvam para que os turistas sejam viajantes mais responsáveis com o ambiente que visitam. Use material reciclado para fabricar estes meios.
- Organize campanhas ambientais periodicamente na comunidade. Podem ser de plantio de árvores, coleta de resíduos, manutenção das placas das trilhas de um parque nacional e outros. Instrua os turistas a participar. Explique aos participantes os benefícios dessas atividades e convide-os a dar idéias para próximas campanhas.

Tours guiados

- Facilite a capacitação contínua dos funcionários em temas como “história natural de organismos silvestres representativos da região”, “monumentos históricos”, “técnicas de guia e interpretação ambiental”, “estratégias para alcançar um turismo sustentável”, “mitos e lendas da

região", "serviço ao cliente" e "primeiros auxílios". Motive-o a adquirir informação interessante e de qualidade por conta própria (em revistas especializadas, internet e conversas com antigos habitantes da região, entre outros).

- Ensine os funcionários a oferecer um bom serviço ao cliente e a zelar pela segurança, a comodidade e a saúde dos turistas, bem como a mostrar respeito pelos recursos naturais e a cultura da comunidade visitada. Motive-o a ser firme, sem perder a diplomacia, ao conduzir um grupo dentro das áreas naturais protegidas.
- Ofereça produtos turísticos com itinerários que incluam locais que mostrem a riqueza natural e cultural da região, exemplos sustentáveis e empresas que implementem boas práticas ambientais.
- Instrua os guias sobre como fazer uma interpretação ambiental efetiva em uma trilha de um parque nacional ou outro espaço natural. Pode encontrar informação sobre este tema na seção de links.

Que ações outras empresas estão implementando?

a) San Ignacio Resort Hotel (Belize)

Mantém uma exibição educativa sobre a iguana verde e seu papel no ecossistema do rio. Com ela, os visitantes podem observar ao vivo o ciclo de vida deste animal, desde a incubação até seu desenvolvimento uma vez fora do ovo. Conta com uma trilha que educa sobre as plantas medicinais do bosque de Belize e os usos tradicionais que têm sido transmitidos ao longo de várias gerações.

b) ASEPALECO, a Associação Ecológica de Paquera, Lepanto e Cóbano (Costa Rica)

Situa-se na península de Nicoya, na Costa Rica. É parte da iniciativa do Corredor Biológico Mesoamericano. Tem promovido o programa de minirreservas escolares. Este projeto envolve os estudantes e os educadores no cuidado de pequenas áreas do bosque de propriedades próximas às escolas. Esta experiência, originalmente implementada na Itália, tem permitido a aproximação entre este país e as escolas da península.

c) A Fazenda Orgânica Río Muitacho (Equador)

Respalda o agroecoturismo como forma sustentável de gerar emprego. Administra a escola ambientalista comunitária Rio Muitacho, na qual as crianças aprendem os fatores que afetam o ambiente, tais como: deflorestação, contaminação da água e práticas agrícolas daninhas. Todos os anos os estudantes colhem frutos e aprendem a cultivar vegetais de forma orgânica nas áreas verdes da escola. Também, oferece programas de capacitação agroecológica para jovens e adultos em sua propriedade orgânica e impulsiona projetos de reciclagem de papel e ecoescolas.

Que benefícios sua empresa obtêm?

- Um funcionário bem informado fornecerá um melhor serviço aos turistas, que recebem um produto de muito boa qualidade.
- As práticas de educação ambiental propiciam maior integração da comunidade. Dessa maneira, os viajantes percebem o destino turístico com elevado grau de interesse e compromisso na proteção do patrimônio natural e cultural.
- Os turistas bem informados sobre os problemas ambientais se interessam mais pela proteção do meio e mostram vontade para colaborar com as atividades de conservação.

Você sabia que o papel exige grande quantidade de água e energia para ser produzido? Ao utilizar frente e verso dos papéis, você estará poupando muito mais do que as árvores, além de contribuir para menor geração de lixo.

IMPLEMENTANDO BOAS PRÁTICAS

A seguir, apresentam-se exemplos de como implementar boas práticas de manejo nas distintas áreas operativas de uma empresa. Estes exemplos servirão como guia para desenvolver seu plano de implementação e melhoras.

BOAS PRÁTICAS PARA O TURISMO SUSTENTÁVEL NA EMPRESA TURÍSTICA

Conselhos por área operativa	Água	Energia/ aquecimento global	Conservação da biodiversidade	Prevenção de contaminação	Educação ambiental
HABITAÇÕES E BANHEIROS	- Instale sanitários eficientes. - Use torneiras e duchas com aeradores. - Peça aos hóspedes que reutilizem as toalhas e a roupa de cama.	- Apague as luzes não usadas. - Isole tetos e janelas. - Limpe os filtros de ar- condicionado. Instale ventiladores de teto. - Retire o pó das lâmpadas.	- Limite o número de luzes acesas durante a noite.	- Use aparelhos que funcionem com energias alternativas. - Coloque nos banheiros porta-sabonetes, xampus e papel higiênico para evitar o desperdício.	- Eduque o pessoal e os turistas sobre a necessidade de fechar as chaves de água que não estão sendo usadas.
COZINHA	- Use aparelhos eficientes que não requerem tanta água. - Lave pratos em lava-louças com carga completa. - Lave frutas e verduras em recipientes.	- Utilize aparelhos elétricos modernos e eficientes. - Coloque a geladeira longe de fontes de calor.	- Não ofereça espécies escassas como uma opção de alimentação.	- Ofereça alimentos feitos na sua empresa ou que tenham embalagens biodegradáveis. - Ofereça água potável em jarras de vidro. - Não utilize pratos, copos nem talheres descartáveis.	- Informe ao pessoal e aos turistas a economia que se produz ao apagar as luzes e os aparelhos elétricos que não estão em uso.
LAVANDERIA E LIMPEZA	- Use lavadoras e eletrodomésticos de limpeza eficazes. - Adquira um compressor móvel e pistolas de lavagem à pressão para limpeza intensiva.	- Utilize os eletrodomésticos em horas que não sejam de pico. - Aproveite o calor do sol para secar a roupa. - Use programas curtos de lavagem. - Passe várias roupas de uma vez	- Use produtos de limpeza e detergentes que não danifiquem o ambiente.	- Utilize toalhas de tela laváveis. - Use as embalagens vazias para classificar objetos. - Limpe com produtos amigáveis com o ambiente.	

BOAS PRÁTICAS PARA O TURISMO SUSTENTÁVEL NA EMPRESA TURÍSTICA

Conselhos por área operativa	Água	Energia/ aquecimento global	Conservação da biodiversidade	Prevenção de contaminação	Educação ambiental
PROVISÕES		- Compre produtos cuja manutenção requer menos energia	- Adquira produtos e serviços oferecidos por habitantes locais. - Compre produtos de material biodegradável, reciclável e não provados em animais.	- Estabeleça um mecanismo de compras conjuntas com outros empresários. - Compre toalhas e roupa de cama de algodão. Use produtos de boa qualidade. - Utilize produtos feitos a base de material reciclado. - Compre refrescos ou alimentos em embalagens retornáveis. - Utilize cartuchos recarregáveis de tinta e tôner.	
TRANSPORTES	- Capte a água de chuva e use-a para lavar os veículos. - Feche a chave da mangueira enquanto ensaboa os veículos.	- Promova atividades turísticas que não utilizem automóveis. - Use veículos que utilizem tecnologias alternativas e consumam menos energia. Mantenha os veículos em bom estado. Ofereça viagens neutras em carbono	- Não utilize motos aquáticas ou outros artefatos similares para observar mamíferos marinhos	- Evite que os condutores de ônibus deixem os motores ligados por muito tempo. - Utilize empresas de transportes que implementem ações para reduzir a emissão de gases. - Trate em terra firme as águas residuais das embarcações. - Propicie o uso do transporte público.	

BOAS PRÁTICAS PARA TURISMO SUSTENTÁVEL NA EMPRESA TURÍSTICA

Conselhos por área operativa	Água	Energia/ aquecimento global	Conservação da biodiversidade	Prevenção de contaminação	Educação ambiental
ESPAÇOS VERDES E ÁREAS NATURAIS PRÓPRIAS	- Regue os jardins cedo ou próximo do anoitecer. - Utilize plantas que não necessitem tanta água. - Coloque pistolas de jato mecânicas no extremo das mangueiras.	- Plante árvores ou arbustos nativos ao redor de sua empresa. - Instale sensores de movimento em áreas escuras do jardim.	- Identifique as principais espécies de plantas próprias da região. - Cultive plantas nativas. Evite as exóticas. - Não coloque placas nas árvores. - Evite fazer fogueiras e churrascos. Integre as áreas verdes com espaços naturais. - Pode as plantas regularmente.	- Estabeleça biojardineiras. - Produza adubo natural. - Evite queimar pneus ou resíduos a céu aberto. - Não utilize agroquímicos.	- Patrocine a visita de grupos escolares a um parque nacional. - Organize campanhas ambientais na comunidade. - Associe-se a uma rede de reservas privadas. - Impulsione o diálogo entre sua rede de reservas e o setor público. - Desenvolva zonas de amortecimento ao redor das reservas. Estabeleça placas sem “quebrar” a paisagem.
INSTALAÇÕES GERAIS	- Reutilize as águas cinza. - Programe uma manutenção geral para revisão de tubulações e instalações.	- Estabeleça um programa de manutenção preventivo para as instalações elétricas. Se possível , use energias alternativas e aparelhos que usem estas energias. Utilize sensores e temporizadores para apagar automaticamente as luzes. Compre unidades de ar- condicionado eficientes. Utilize lâmpadas que consomem menos energia em áreas de uso comum. Aproveite ao máximo a luz solar.	- Instale telas nas luzes externas. - Proteja as aves dos choques contra as janelas. Assegure-se de que as águas servidas não descarreguem diretamente nas fontes de água naturais	- Imprima papel nos dois lados. - Utilize quadros para colocar memorandos. Coloque contêineres para reciclagem. Não utilize pinturas com chumbo, nem aerossóis com clorofluorcarbonos. Assegure-se de que o desenho de suas instalações corresponda às condições da região. Providencie para que sua empresa esteja conectada a um bom sistema de tratamento de águas residuais. Faça respeitar as disposições de “Não Fumar” dentro de espaços fechados.	

BOAS PRÁTICAS PARA TURISMO SUSTENTÁVEL NA EMPRESA TURÍSTICA

Conselhos por área operativa	Água	Energia/ aquecimento global	Conservação da biodiversidade	Prevenção de contaminação	Educação ambiental
ATENÇÃO AO TURISTA, TOURS GUIADOS EM ÁREAS NATURAIS	Mantenha um tanque com água na sua empresa. Contrate uma empresa para que faça a análise da qualidade da água da sua empresa.	Elabore, com a assessoria de um especialista, um plano de emergência para enfrentar fenômenos naturais.	Fomente a obediência aos códigos de conduta nas áreas naturais. Formate pacotes turísticos para grupos pequenos. Contrate fornecedores turísticos responsáveis. Denuncie os danos no ambiente. Apoie os esforços locais de conservação. Não entre em áreas frágeis nem espreite os animais. Não mantenha animais em cativeiro. Não ilumine a praia ou o oceano nas áreas de reprodução de tartarugas. Não dirija luzes diretamente a um animal.	Lembre aos turistas e a seu pessoal não deixar resíduos nas áreas naturais.	Eduque a seu pessoal sobre problemas ambientais e recomende as medidas necessárias. Instrua o pessoal e os turistas a participarem de atividades de conservação ambiental. Forneça aos turistas dados sobre áreas protegidas e motive-os a visitá-las e a protegê-las. Colabore na educação ambiental das comunidades. Reúna-se a outros para desenvolver métodos para conservar as áreas silvestres. Facilite a capacitação contínua do pessoal. Instrua os guias sobre como fazer uma interpretação ambiental efetiva.

Outros links de interesse geral para as empresas turísticas

Sites nacionais

- Atitudes Sustentáveis - www.atitudessustentaveis.com.br
- Portal da Sustentabilidade - www.sustentabilidade.org.br
- Centro de Ecologia Integral - www.ecologiaintegral.org.br
- Ministério do Meio Ambiente - www.meioambiente.gov.br
- WWF - www.wwf.org.br
- Horta Viva – Educação Ambiental - www.hortaviva.com.br
- IBAMA - www.ibama.gov.br
- ONG Ipê - www.ipe.org.br
- Instituto EcoBrasil - www.ecobrasil.org.br
- Revista Virtual Fórum Patrimônio - www.forumpatrimonio.com.br
- Norma NBR 15401 - www.abntcatalogo.com.br/mtur/ssl/pesquisaresultado.aspx

- Rainforest Alliance. Organização que trabalha para a preservação da biodiversidade. Oferece informação e ferramentas sobre turismo sustentável. Inclui temas como "certificação de sustentabilidade turística", "educação ambiental" e "fornecedores de produtos verdes". www.rainforest-alliance.org

- Biodiversidade na América Latina. Portal com temas de interesse atual sobre mudança de informação entre pessoas e instituições que se dedicam à conservação da biodiversidade. www.biodiversidadela.org

- EcoBusinessLinks. Portal, em inglês, contendo links a páginas com informação sobre manejo adequado de recursos naturais, jardins orgânicos, ecovilas e empresas fornecedoras de produtos e aparelhos amigáveis com o ambiente, entre muitos outros temas interessantes. www.ecobusinesslinks.com

- Organização Mundial do Turismo. Informa sobre o que acontece no mundo com respeito ao turismo e seus efeitos sobre o ambiente. www.unwto.org/index_s.php

- Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, Divisão de Tecnologia, Indústria e Economia. Contém documentos sobre políticas, estratégias e práticas que as empresas podem implementar para um melhor manejo dos recursos naturais. Página em inglês e francês, mas com documentos e vídeos em espanhol. www.uneptie.org

- União Mundial para a Conservação da Natureza. Instituição que promove a investigação científica, com o fim de encontrar soluções aos desafios que se referem ao desenvolvimento das nações. Em suas Listas Vermelhas, documenta as espécies ameaçadas. Página em inglês. www.iucn.org

- Worldwatch Institute. Organização que trabalha a favor do desenvolvimento sustentável. Realiza análises atualizadas, em inglês, sobre assuntos globais de grande importância. www.worldwatch.org

Referências

Andereck, K. 1993. The impacts of tourism on natural resources. Parks & Recreation (Junio): 26-32.

Budowski, T. 1992. Ecotourism Costa Rican Style. Toward a Green Central America: Integrating Conservatism and Development. Estados Unidos: Kumarian Press.

Cooper, C. y Jackson, S. 1989. Destination Life Cycle: The Isle of Man case study. Annals of Tourism Research. 16 (2): 377-398.

Dunne, P. 2003. On Bird Watching. The How-To, Where-To, and When-to of Birding. Estados Unidos: Houghton Mifflin Company 2003.

Eagles, P. F. J. 1995. Understanding the Market for Sustainable Tourism. En: McCool, S.F. y A.E. Watson (Eds.). Linking tourism, the environment and sustainability. (USDA Forest Service, General Technical Report INT-GTR-323). Estados Unidos: Intermountain Research Station.

Ham, S. 1992. Environmental Interpretation: a Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets. Estados Unidos: North American Press.

Langholz, J. y K. Brandon. 2001. Private Owned Protected Areas. En: Weaver, D.B. (Ed.). The Enciclopedia of Ecotourism. Reino Unido: CABI Publishing.

MacEachern, D. 1991. 750 Everyday Ways You Can Help Clean Up the Earth/25th Anniversary. Estados Unidos: Dell Publishing.

Mancini, M. 2001. Conducting Tours, 3ª ed. Estados Unidos: Delmar-Thomson Learning.

McCormick, K. 1994. Can Ecotourism Save the Rainforests? En: Mastny, L. 2001. Traveling light: New Paths for International Tourism. Worldwatch Paper No.159 (Diciembre): 1-88.

Romeril, M. 1989. Tourism and the environment - accord or discord? Tourism Management 10: 204-208.

Rovinsky, Y. 1993. Private Reserves, Parks and Ecotourism in Costa Rica. En: Whelan, T. (Ed.). Nature Tourism: Managing for the environment. Estados Unidos: Island Press.

Tilden, F. 1977. Interpreting Our Heritage, 3ª. ed. Estados Unidos: University of North Carolina Press.

Wight, P.A. 1996. North American Ecotourists: Market Profile and Trip Characteristics. Journal of Travel Research 34 (4): 2-10.

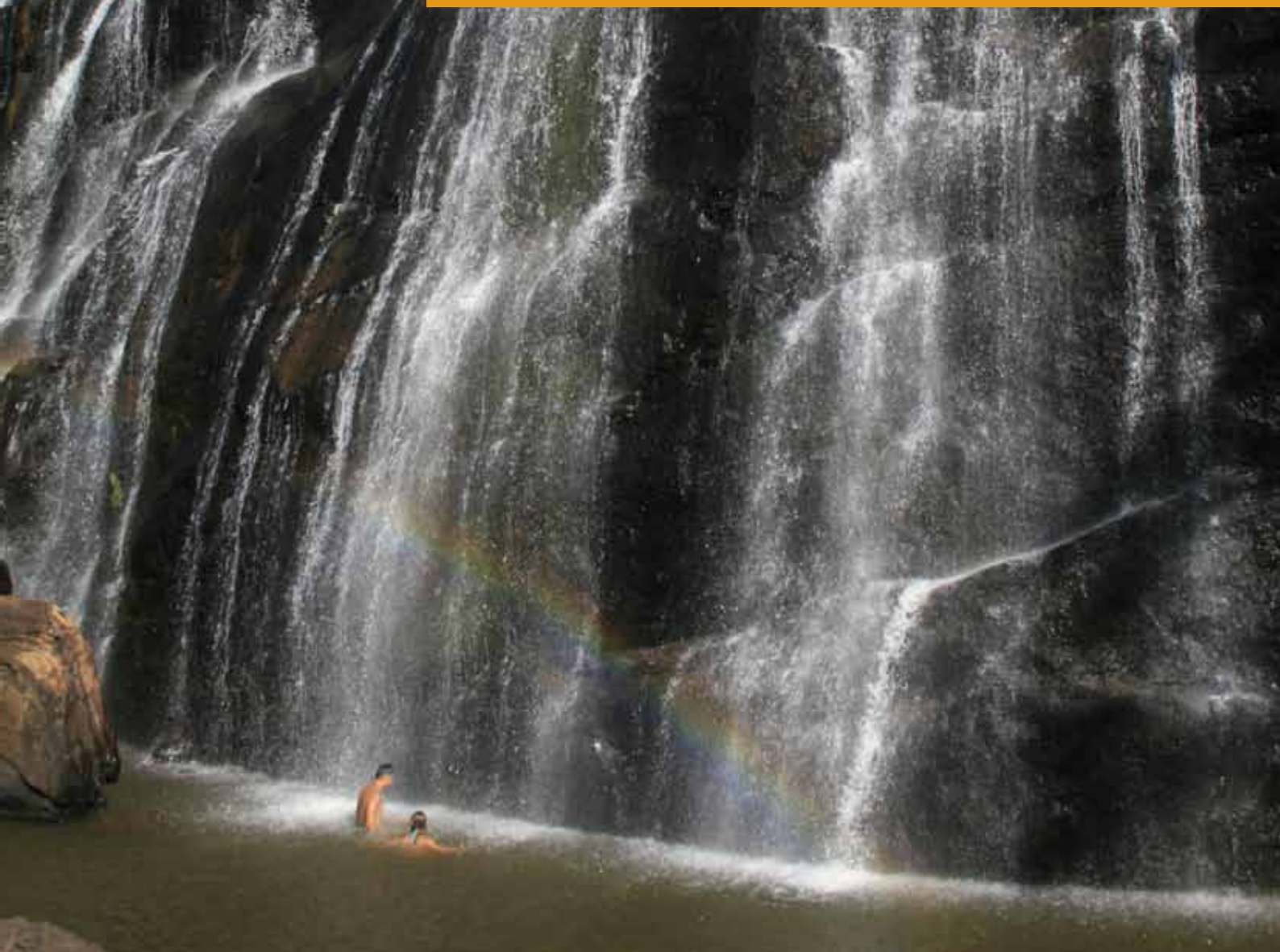
Wight, P.A. 1996. North American Ecotourism Markets: Motivation, Preferences, and Destinations. Journal of Travel Research 35: 3-10.

World Tourism Organization. 2004. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook. España: WTO.

Smith Sebasto, N.J. Qué es educação ambiental. Environmental Issues Information Sheet EI-2, 1997.

Wood, David S y Diane Walton Wood. Como planificar un programa de educação ambiental. Reimpresión. Estados Unidos: Oficina de Asuntos Internacionales del Servicio de Pesca y Vida Silvestre, Instituto Internacional para el Meio Ambiente y el Desenvolvimento, 1990.

Glossário



Administração 1. Ação e efeito de administrar. 2. Emprego de administrador.

Agência de viagens (AV) Empresa que se dedica à realização de arranjo para viagens e à venda de serviços separados, ou em forma de pacotes, em caráter de intermediária entre o prestador de serviços e o usuário.

Ambiental Pertencente ou relativo ao ambiente (condições ou circunstâncias).

Áreas protegidas Qualquer categoria de terreno que está oficialmente protegida por um governo nacional ou internacional, estado, organização ou agência. Por definição, uma área protegida deveria estar segura sem restrições de seus recursos.

Áreas silvestres Áreas pouco urbanizadas que não foram intensamente manejadas ou manipuladas. Incluem bosques, desertos, montanhas, pastos ou outras extensões de terras. A partir de um longo uso, aplica-se àquelas terras estabelecidas que apresentam uma aparência natural. "Áreas silvestres" podem ser sinônimos ou associadas com: Áreas Protegidas, Parques Nacionais, Reserva Natural, Bosques ou Refúgios Silvestres, Bosques Nacionais, Bacias, Pastos, Reservas da Biosfera, Áreas de Uso Múltiplo (ou reservas, zonas), Reservas Indígenas e Reservas Extrativas. No âmbito internacional, podem compreender todas ou qualquer das classificações mencionadas.

Atrativo turístico Qualquer ponto ou elemento do patrimônio natural e cultural de um lugar que seja capaz de motivar a visita por parte dos turistas. Ponto ou elemento atrativo para o turista.

AV emissiva Empresa que se dedica à venda de serviços turísticos desde um país ou ponto de origem até um país ou ponto de destino. É a empresa que envia turistas de um ponto a outro.

AV maiorista (operadora) Integra e opera seus serviços turísticos para vendê-los por intermédio de outras agências, além de fazer diretamente ao público.

AV agente de viagem Vende diretamente ao público serviços turísticos que operam ou geram outros prestadores de serviços alheios a ela.

AV receptiva Empresa que se dedica à venda de serviços turísticos dentro de um país ou ponto de destino. É a que recebe os turistas em um ponto do destino ou em um ponto intermediário.

Biodiversidade Ou Diversidade Biológica. É a variabilidade das existências de material genético encontradas na flora e fauna em uma localidade.

Cliente Pessoa que utiliza com assiduidade os serviços de um profissional ou empresa.

Competitividade Capacidade de competir.

Comunidades locais As comunidades que estão próximas de áreas silvestres.

Contaminação Adição de qualquer matéria, natural ou artificial, no ar, na água ou na terra em quantidades tais que tomam o recurso impróprio para um uso específico.

Comercialização Sistema total de atividades de uma organização, desenhado para planejar, fixar preços, promover e formatar produtos ou serviços que satisfaçam às necessidades no mercado objetivo, com o fim de alcançar as metas da organização.

Controle Regulação, manual ou automática, sobre um sistema.

Diversidade biológica Ver Biodiversidade.

Educação formal Programas educativos desenvolvidos nos sistemas escolares formais.

Educação não formal Programas educativos desenvolvidos fora do sistema educativo formal.

Efetividade Capacidade de conseguir o efeito que se deseja ou se espera.

Eficiência Uma medida de efetividade; especificamente, do trabalho feito dividido pela energia entrada em qualquer sistema.

Empresa Unidade de organização dedicada a atividades industriais, mercantis ou de prestação de serviços com fins lucrativos.

Estudo de mercado Ou investigação de mercado: obtenção, registro e análise de todos os feitos referentes a problemas relacionados com a comercialização de um bem ou serviço.

Excursão Série de serviços integrados por um itinerário fixo na qual se incluem vários pontos a visitar.

Excursão autoguiada A trilha autoguiada. Excursão interpretativa na qual somos dirigidos por nós mesmos por meio de uma série de paradas pré-planificadas (usualmente identificadas no folheto, placas ou mensagem de áudio).

Gestão Ação ou efeito de administrar.

Guia turístico É o serviço na qual uma ou mais pessoas com conhecimentos profissionais da área turística e de dois ou mais idiomas realizam funções de assessoria e apoio ao turista durante sua viagem. Estes serviços geralmente são contratados para excursões, circuitos, visitas, etc., quer sejam grupais ou individuais.

Indústria turística Ou indústria de viagens. Conjunto de empresas dedicadas à prestação de serviços relacionados com as viagens. Compreende: os transportes, os hoteleiros, e as agências de viagens em todas suas formas (operadores, operadores locais).

Implementar Colocar em funcionamento, aplicar métodos, medidas, etc., para a realização de algo.

Infraestrutura Formas de construção sobre ou debaixo da terra que oferecem a base para um efetivo funcionamento de desenvolvimento de sistemas, como áreas urbanas, indústria, e turismo.

Interpretação Um processo de comunicação por meio do qual uma pessoa traduz a linguagem técnica a termos e idéias que outras pessoas possam compreender. É um método educativo que tem como propósito revelar os significados e as relações mediante o uso

de objetos originais, experiência de primeira mão e meios que ilustrem, em vez de apenas comunicar informação de feitos.

Investigação de mercados Ver Estudo de mercado.

Manejo de áreas silvestres Manejo de ecossistemas naturais que são "silvestres" e/ou sob diferentes graus de utilização humana.

Manejo de resíduos É o conjunto de operações que permitem dar aos resíduos, o destino final adequado. Compreende: a minimização, a separação na fonte, recuperação, armazenamento, coletas, transporte, reciclagem, tratamento, disposição final, etc.

Mecanismo 1. Conjunto das partes de uma máquina em sua disposição adequada. 2. Um instrumento ou processo por meio da qual algo se faz ou se produz.

Meio ambiente Conjunto de circunstâncias exteriores a um ser vivo.

Monitoramento No campo tecnológico, seu uso tem sido amplamente difundido e reconhecido. Deriva do termo, em inglês, "monitor", que significa: "pessoa ou peça de uma equipe que avisa, confere, controla ou mantém registros contínuos de algo".

Operador turístico Chamado também "Tour Operador". Empresa que cria e/ou comercializa viagens tudo incluído e/ou presta serviços turísticos. Integra e opera seus próprios serviços turísticos para vendê-los por intermédio de outras agências, além de fazê-lo diretamente ao público.

Pacote turístico Conjunto de dois ou mais serviços turísticos, que pode ser adquirido por um cliente individual ou grupal (sem importar o número de pessoas). Normalmente, inclui o alojamento e uma combinação de outros elementos, tais como traslados, comidas, e excursões locais.

Patrimônio cultural Bens que são a expressão ou o testemunho da criação humana e que têm especial relevância em relação à arqueologia, história, literatura, educação, arte, ciência e a cultura em geral.

Patrimônio natural Conjunto de elementos e características biofísicas de um lugar, região ou país.

Planejamento Plano geral, metodicamente organizado e frequentemente de grande amplitude, para obter um objetivo determinado, tal como o desenvolvimento harmônico de uma cidade, o desenvolvimento econômico, a investigação científica, o funcionamento de uma indústria, etc.

Política Orientações ou diretrizes que regem a atuação de uma pessoa ou entidade em um assunto ou campo determinado.

Princípio Norma ou ideia fundamental que rege o pensamento ou a conduta.

Procedimento 1. Ação de proceder. 2. Método de executar algumas coisas.

Racionalizar Organizar a produção ou o trabalho de maneira a aumentar os rendimentos ou reduzir os custos com o mínimo esforço.

Reciclar Uso ou reuso de um resíduo como matéria-prima ou ingrediente em um processo industrial ou agrícola.

Rejeitar Não adquirir produtos que por sua origem ou forma de produção sejam danosos para o ambiente.

Reduzir Comprar o estritamente necessário.

Registro Do latim *regestum*, singular de *regesta, -orum*. Ação e efeito de registrar. Livro, à maneira de índice, onde se apontam notícias ou dados (Real Academia Española)

Relações públicas Atividades desenvolvidas para produzir uma boa imagem da empresa ou da organização, nos distintos públicos do meio ambiente no qual desenvolve suas atividades.

Reutilizar Voltar a usar um produto ou material várias vezes sem tratamento.

Segmento de mercado Conjunto de consumidores ou grupo de pessoas que possuem características comuns que os diferenciam de outros grupos.

Trilha autoguiada Ver Excursão autoguiada.

Trilha circular Uma trilha de uma só via que começa e termina no mesmo ponto (ou aproximadamente o mesmo). Portanto, tem a forma de um círculo. É chamado também "Circuito".

Trilha em forma de oito Uma trilha que se cruza em sua rota formando um "8".

Trilha linear Trilha de "via dupla", rota "sem saída", em que as pessoas que vão em uma direção se encontram com pessoas que vem na outra direção.

Sistema Conjunto de coisas relacionadas entre si ordenadamente que contribuem para determinado objeto.

Tour operador Ver Operador turístico.

Tratamento de resíduos Conjunto de operações físicas, químicas, biológicas ou térmicas que tem por finalidade reutilizar os resíduos, diminuir ou eliminar seu potencial perigo ou adaptar suas propriedades físicas, químicas ou biológicas aos requerimentos de sua disposição final.

VIP Siglas de "Very Important Person", denominação que se dá no turismo a convidados especiais que requerem de um trato particular (preferencial).

Voucher Nome dado a um bilhete especial que se utiliza para a prestação de serviços turísticos. Quem porta tal bilhete recebe os serviços nele estipulados.

Zonas de amortecimento Zonas adjacentes às áreas protegidas, em que uma parte é parcialmente reservada para proporcionar uma área extra de proteção a área protegida, a qual também fornece valiosos benefícios às comunidades rurais.

A ALIANÇA PARA FLORESTAS...

SOLUÇÕES INOVADORAS PARA A CONSERVAÇÃO GLOBAL

Aliança para Bosques (Rainforest Alliance) é uma organização conservacionista internacional que trabalha com os setores agrícola, florestal e turístico para implementar práticas de manejo sustentáveis, criando uma norma global que ajuda as pessoas a proteger a biodiversidade e oferece oportunidades às populações que dela necessitam.

A missão da Aliança para Bosques é proteger os ecossistemas, assim como as pessoas e a vida silvestre que dependem deles, mediante a transformação das práticas do uso do solo, das práticas comerciais e do comportamento dos consumidores. As companhias, grupos comuns e proprietários que participam de seus programas cumprem com normas rigorosas que conservam a biodiversidade e promovem o bem-estar sustentável dos habitantes.

SALVANDO FLORESTAS

A Aliança para Bosques foi pioneira na certificação florestal ao lançar "SmartWood": o primeiro programa do mundo de certificação florestal sustentável, em 1989. Para que o mercado incentivasse o manejo apropriado do bosque, desde o ponto de vista ambiental, econômico e social, emite um selo de aprovação para aquelas operações que seguiram estritamente os padrões para a sustentabilidade.

SEMEANDO SEMENTES PARA O FUTURO

Desenvolve seu Programa de Agricultura Sustentável para integrar a produção agrícola com a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento humano. Dez anos atrás, logo que se reduziu de maneira significativa o uso de pesticidas, foi revertido em reciclagem e oferecido melhor capacitação, moradia, benefícios médicos e educação aos trabalhadores, certificou sua primeira propriedade bananeira. Hoje, também estampa seu selo de reconhecimento no café, cacau, palmas, cítricos e flores cortadas provenientes das operações manejadas apropriadamente.

VIAJANDO DE MANEIRA ECOLÓGICA

A Divisão de Turismo Sustentável da Rainforest Alliance trabalha para a transformação de práticas empresariais em negócios turísticos e no comportamento dos turistas, fomentando uma indústria rentável, social e ambientalmente, responsável, para proteger os ecossistemas, as pessoas e a vida silvestre que dependem disso. Sua visão é ser um programa pioneiro e catalisador no desenvolvimento turístico sustentável, com projeção, liderança e credibilidade internacional, cuja gestão fortalece outras organizações afins. Seu pessoal é reconhecido por seu profissionalismo, transparência, alta motivação e compromisso com a missão da organização. Visualiza uma indústria turística na qual a responsabilidade ambiental e social, e a redução de contas são parte inerente da operação e comercialização dos serviços turísticos, o que permite reduzir os impactos negativos no ambiente e nas culturas locais, particularmente em áreas de rica biodiversidade, com ecossistemas frágeis e comunidades vulneráveis.

CRÉDITOS

ELABORAÇÃO
Rainforest Alliance
Instituto Estrada Real

REVISÃO TÉCNICA
Rainforest Alliance
Maria Damaris Chaves

INSTITUTO ESTRADA REAL
Alisson Jose Coutinho Junior
Carina Palhares Medina
Maria Helena Martins de Sá
Paula Parreiras de Magalhães

DESENHO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
New 360

FINANCIADOR
Banco Interamericano de Desenvolvimento - Fundo Multilateral de Investimento
Instituto Estrada Real

CONTATOS

INSTITUTO ESTRADA REAL
www.estradareal.org.br

ROTA ESTRADA REAL
www.rotaestradareal.com.br – rotaestradareal@estradareal.org.br

RAINFOREST ALLIANCE
www.rainforest-alliance.org - sustainabletourism@ra.org